INCIDENCE DE L'IMMIGRATION SUR LE MARCHÉ DES ALIMENTS ETHNIQUES AU CANADA

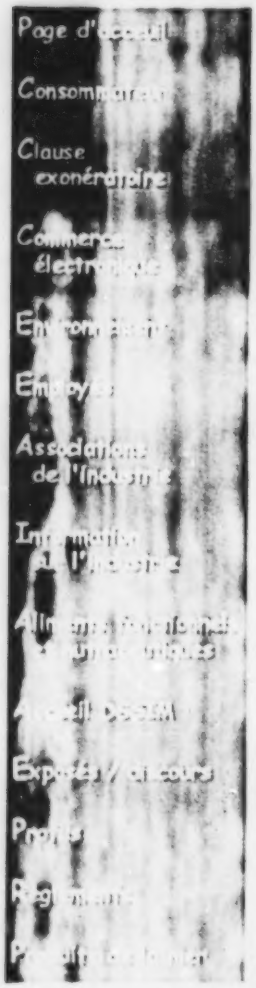
TABLE DES MATIÈRES

- Résumé
- 1. Introduction
- 2. Immigration au Canada
- 3. Origines ethniques des Canadiens
- 4. Profil de certains groupes ethniques
- 5. Dépenses alimentaires des groupes ethniques
- 6. Mondialisation du marché canadien des aliments ethniques
- 7. Conclusion
- 8. Bibliographie

Mise à jour: 2001 10 15

Avis et avertissements importants

Bureau des aliments



INCIDENCE DE L'IMMIGRATION SUR LE MARCHÉ DES ALIMENTS ETHNIQUES AU CANADA

Summary

L'époque où les êtres humains devaient chasser, pêcher ou cultiver leur parcelle de terrain pour se nourrir est révolue depuis longtemps. Aujourd'hui, il suffit de nous rendre au supermarché, à l'épicerie, au magasin ou au restaurant le plus proche pour obtenir les aliments dont nous avons besoin pour survivre. Toutefois, il y a à peine dix ans, une bonne part de ces aliments nous étaient plus familiers. Ce phénomène de la diversification des aliments fait maintenant partie de la réalité, et tout porte à croire qu'il ne fera que s'amplifier au fil du temps. Une des principales raisons qui expliquent cette tendance grandissante est, bien entendu, l'immigration. La population du Canada devient plus hétérogène; elle se compose de plus en plus de personnes de pays divers et d'origines différentes, qui possèdent des habitudes alimentaires qui leur sont propres. Toutefois, d'autres facteurs entrent aussi en jeu : les changements dans les goûts des consommateurs; la demande croissante d'aliments de santé; les voyages, qui permettent aux gens de découvrir d'autres cultures et d'autres habitudes; les mariages mixtes; le désir accru des consommateurs d'essayer des produits nouveaux ou étrangers; et ainsi de suite. L'immigration demeure cependant la principale cause, et son incidence se fait présentement sentir non seulement sur la consommation alimentaire au Canada, mais aussi et surtout sur la disponibilité de certains aliments sur le marché.

La composition ethnique a commencé à changer il y a quelques années à la suite de la diminution du nombre d'immigrants européens et de l'augmentation du nombre d'immigrants venant d'autres pays, de pays dont les habitants immigraient rarement au Canada auparavant. Les personnes d'origine britannique ou française continuent de former la majorité des habitants du Canada mais la part en pourcentage de l'ensemble de la population qu'elles représentent continue de diminuer, tandis que dans le cas des autres groupes ethniques -- les Asiatiques en

particulier -- c'est l'inverse qui se produit. Toutefois, l'immigration n'explique pas complètement à elle seule les changements qui surviennent à l'heure actuelle sur le marché alimentaire. De nos jours, en raison de la commercialisation mondiale, nous assistons à l'émergence de cuisines venant de pays et de régions qui n'étaient habituellement pas des sources d'immigration au Canada -- par exemple, le Mexique.

Les grands centres urbains continuent d'attirer le plus grand nombre de groupes ethniques; Toronto, Vancouver et Montréal sont toujours de loin les villes de choix des nouveaux immigrants bien que beaucoup d'entre eux commencent à se tourner vers d'autres centres urbains tels Calgary et Edmonton.

Les groupes ethniques continuent de présenter un profil démographique différent de celui de l'ensemble de la population sur les plans de la formation scolaire, de la répartition par âge et des habitudes de consommation alimentaire. Il est de plus en plus important pour les gens qui travaillent dans le secteur de l'agroalimentaire d'être au courant de ce phénomène et d'intégrer ces réalités démographiques aux politiques et aux programmes au cours des années à venir.

Nous assistons déjà à une explosion du nombre de restaurants et d'épiceries ethniques, plus particulièrement dans les villes de destination qui sont privilégiées par les immigrants et qui abritent par conséquent une population plus cosmopolite. En outre, les chaînes d'épiceries -- qui sont au courant de ce phénomène -- offrent à leurs clients de plus en plus de produits étrangers, qui ne sont pas destinés seulement aux acheteurs de groupes ethniques mais à tous les consommateurs.

Dans les pages qui suivent, nous faisons ressortir les changements qui sont survenus quant aux niveaux et aux sources d'immigration au Canada (plus particulièrement au cours des quelques dernières années); nous établissons le profil de ces populations immigrantes quant à leurs caractéristiques, à leurs goûts et préférences alimentaires, et à leurs habitudes de dépenses alimentaires; et nous examinons le marché des aliments ethniques au Canada afin de déterminer l'incidence actuelle et future des changements dans la composition de notre population sur la demande alimentaire intérieure.

Return to:

- Table des matières
- Introduction
- Immigration au Canada
- Origines ethniques des Canadiens
- Profil de certains groupes ethniques
- Dépenses alimentaires des groupes ethniques

- Mondialisation du marché canadien des aliments ethniques
- Conclusion
- Bibliographie

Mise à jour: 2001 10 15

Avis et avertissements importants

INCIDENCE DE L'IMMIGRATION SUR LE MARCHÉ DES ALIMENTS ETHNIQUES AU CANADA

1. INTRODUCTION

Selon l'expert en démographie David K. Foot (2000), « la démographie nous aide à comprendre le passé et à prédire l'avenir. Elle influe sur notre vie quotidienne, joue un rôle essentiel dans les conditions économiques et sociales, et nous en apprend beaucoup sur les produits qui seront en demande dans cinq ans ». Par conséquent, pour comprendre le marché alimentaire canadien et par-dessous tout, pour prévoir les tendances futures de celui-ci, il est essentiel de bien comprendre la composition de la population.

Un bref aperçu de l'histoire du Canada nous informe que l'immigration a toujours joué un rôle important dans la croissance démographique et économique du pays. Le Canada abrite depuis toujours des gens qui s'y sont installés à divers intervalles et provenant de différentes régions du monde. Toutefois, mis à part les peuples autochtones, les deux principaux groupes ont toujours été formés de gens d'origine française et britannique. Cela est encore le cas de nos jours, mais la diversité ethnique du Canada est devenue plus évidente et, en raison des changements marqués qui sont survenus quant aux sources d'immigration (diminution du nombre d'immigrants européens), l'influence française et britannique a diminué. Non seulement ce phénomène a-t-il changé la composition ethnique de la population du Canada, mais il a influé considérablement sur les habitudes alimentaires de celle-ci. Les gens parlent maintenant d'aliments ethniques. Pourquoi utiliser cette expression? En général, elle s'applique à un produit dont le réseau de distribution est restreint et qui est associé à un groupe de personnes ou à une collectivité ethnique en particulier, dont les membres sont les principaux consommateurs du produit en question. Aux fins de la présente analyse, les produits ethniques sont définis comme « les produits associés à des groupes dont l'arrivée au Canada est relativement récente ». Nous visons principalement à inciter les divers acteurs du secteur de l'alimentation à tenir compte autant des besoins de ces nouveaux consommateurs d'origine

étrangère que des besoins de la population en général. Il ne faut toutefois pas oublier que l'expression aliments ethniques est une expression dynamique, dont la signification change avec le temps et traverse diverses étapes. En fait, depuis ces dernières années, les aliments ethniques sont de plus en plus souvent désignés par l'expression « aliments internationaux », ce qui reflète la mondialisation du commerce des aliments et de la demande des consommateurs.

Par conséquent, un produit qui est considéré ethnique aujourd'hui peut après un certain temps être considéré courant par la population en entier et être consommé par l'ensemble de celle-ci. Par exemple, selon le modèle que la firme d'experts-conseils Promar International a élaboré dans son rapport intitulé Riding the US Ethnic Food Tide (1998), les cuisines ethniques suivent un processus de développement commun qui comporte quatre stades d'évolution :

La firme Promar International a examiné les diverses cuisines considérées comme étant ethniques et a préparé un graphique (présenté ci-dessus) qui indique leur position dans le modèle de développement en fonction du stade d'évolution qu'elles ont atteint sur le marché des États-Unis, et a placé la cuisine italienne au stade du marché grand public, les cuisines mexicaine et chinoise au stade de l'expansion et les cuisines des Caraïbes et de l'Éthiopie au stade exotique.

La cuisine canadienne n'a pas été classée mais on peut présumer qu'elle présente une certaine similitude avec la cuisine américaine. Il n'en demeure pas moins que les entreprises alimentaires canadiennes doivent être pleinement conscientes des tendances mentionnées ci-dessus, pour être en mesure d'en tirer profit.

Renvoi en bas de page

1. Les données et la plupart des graphiques présentés dans ce rapport sont tirés du site Web et de la série Le Pays de Statistique Canada, et du site Web de Citoyenneté et Immigration Canada.

Return to:

- Résumé
- 2. Immigration au Canada
- 3. Origines ethniques des Canadiens
- 4. Profil de certains groupes ethniques
- 5. Dépenses alimentaires des groupes ethniques
- 6. Mondialisation du marché canadien des aliments ethniques
- 7. Conclusion
- 8. Bibliographie

Mise à jour: 2001 08 29

Avis et avertissements importants

[English | Contactez-nous | Aide | Recherche | Site du Canada]
[AAC en direct | Liens | Salle de presse | Quoi de neuf | Index du site]

INCIDENCE DE L'IMMIGRATION SUR LE MARCHÉ DES ALIMENTS ETHNIQUES AU CANADA

2. IMMIGRATION AU CANADA

2.1 Histoire

À l'exception des peuples autochtones, tous les groupes qui forment la population du Canada à l'heure actuelle viennent d'ailleurs. La figure 1 présente l'immigration au Canada de 1860 à 1996. L'étude du graphique nous permet de constater que, selon la période, les conditions économiques et sociales, les fluctuations des politiques gouvernementales, et l'ouverture et la fermeture de nos frontières, le nombre de nouveaux arrivants a fluctué considérablement, atteignant moins de 50 000 au cours des périodes de faible immigration pour ensuite atteindre près de 400 000 à d'autres moments. Nous pouvons également constater que depuis environ une dizaine d'années, le Canada accueille en moyenne plus de 200 000 immigrants par année. La figure 1 n'indique pas l'origine des immigrants mais nous savons que depuis les années 1960, l'Europe n'est plus la principale source d'immigration au Canada. En fait, l'abolition de la politique en vertu de laquelle le Canada accordait la préférence aux immigrants européens (Satzewich, 1992), ainsi que les difficultés politiques et économiques que connaissent d'autres pays, ont donné lieu à l'arrivée massive d'immigrants de l'Asie en particulier, mais aussi de l'Afrique, des Caraïbes et de l'Amérique du Sud.

Figure 1 Immigration : perspective historique, 1860-1996

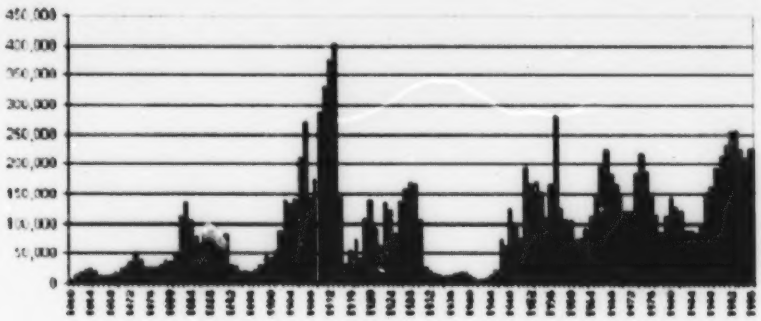


Tableau 1 Sources d'immigration au Canada, 1994-1995, 1995-1996, 1996-1997

	1994-1995	1995-1996	1996-1997
Afrique	14 598	14 862	14 218
Asie et Australasie	136 478	135 085	149 507
Europe	41 110	41 166	37 523
États-Unis	5 851	5 466	5 467
Amérique du Sud, Amérique centrale, Caraïbes et Mexique	21 037	19 603	17 452
Autres pays	1 049	806	714
Nombre total d'immigrants	220 123	216 988	224 881

Le tableau 1 indique le nombre d'immigrants accueillis au cours de trois périodes consécutives (1994-1995, 1995-1996 et 1996-1997). L'Asie est manifestement devenue la principale source d'immigration au cours des quelques dernières années, représentant un peu plus des deux tiers des immigrants accueillis en 1996-1997 par comparaison à 62 % en 1994-1995. Toutes les autres régions représentent un niveau d'immigration allant de stable à légèrement inférieur au cours de cette période.

2.2 Tendances actuelles

Les Européens représentent toujours la majorité des immigrants vivant au Canada mais depuis un certain nombre d'années, la principale source de nouveaux arrivants est l'Asie -- plus particulièrement la Chine. L'étude du tableau 2 révèle que depuis 1996, 13,2 % des immigrants accueillis au Canada viennent du Royaume-Uni et 6,7 % de l'Italie. Toutefois, au cours de la période antérieure à 1961, les chiffres correspondant atteignaient 25,2 % et 15,3 % respectivement. Hong Kong, l'Inde et la Chine, qui ne figuraient même pas sur la liste des dix principaux pays d'origine des immigrants avant 1961, occupaient respectivement le quatrième, le cinquième et le sixième rang à titre de sources d'immigration au Canada.

Selon les données rassemblées dans le cadre du recensement le plus récent, qui a eu lieu en 1996, 47 % des immigrants vivant au Canada viennent d'Europe, ce qui représente une diminution par rapport à la proportion de 67 % enregistrée en 1981. L'Asie et le Moyen-Orient représentaient 31 % des immigrants en 1996, soit plus du double de la proportion qu'ils formaient en 1981 (14 %).

Tableau 2 Les dix principaux pays d'origine de tous les immigrants et de ceux qui sont arrivés avant 1961, Canada

Immigrants arrivés avant 1961				Immigrants arrivés jusqu'en 1996			
Rang		Nombre	%	Rang		Nombre	%
1	Royaume-Uni	266 575	25,2	1	Royaume-Uni	656 540	13,2
2	Italie	161 730	15,3	2	Italie	332 110	6,7
3	Allemagne	107 270	10,2	3	États-Unis	244 695	4,9
4	Pays-Bas	88 810	8,4	4	Hong Kong	241 095	4,8
5	Pologne	57 820	5,5	5	Inde	235 930	4,7
6	États-Unis	45 050	4,3	6	Chine	231 055	4,6
7	Hongrie	33 215	3,1	7	Pologne	193 375	3,9
8	Ukraine	27 640	2,6	8	Philippines	184 560	3,7
9	Grèce	21 555	2,0	9	Allemagne	181 660	3,7
10	Chine	17 545	1,7	10	Portugal	158 820	3,2
	Autres	228 720	21,7		Autres	2 312 250	46,6
Total		1 054 930	100,0	Total		4 971 070	100,0

Le tableau 3 indique les principales sources d'immigration pour 1994, 1995 et 1996. Aucun pays européen ne figure parmi les six principaux pays au cours de cette période. Hong Kong figure toujours au premier rang et seulement trois pays ne font pas partie de l'Asie ou du Moyen-Orient.

Si les tendances relevées récemment se poursuivent au cours des années à venir, les immigrants au Canada viendront surtout de sources non traditionnelles, principalement de l'Asie. En outre, les dissensions et les conflits qui règnent dans bien des régions du monde entraînent une augmentation de l'immigration de réfugiés venant de l'Afrique (Somalie, Éthiopie, Rwanda), de l'Amérique du Sud et de l'Europe de l'Est (Bosnie, Croatie, etc).

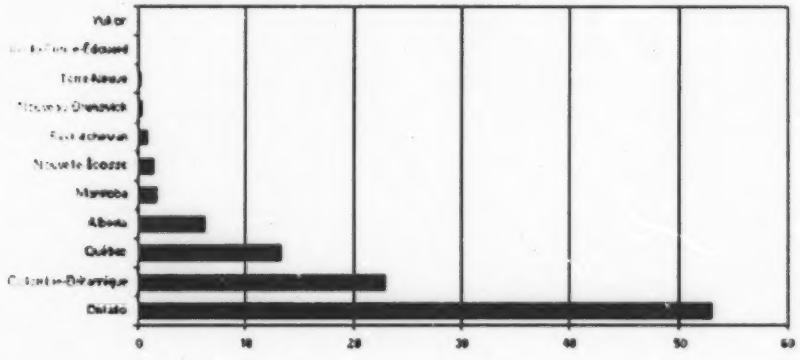
Tableau 3 Principales sources d'immigration au Canada, 1994, 1995, 1996

	1994			1995			1996		
Pays	Rang	Nbre	%	Rang	Nbre	%	Rang	Nbre	%
Hong Kong	1	44 169	19,7	1	31 746	14,9	1	29 871	13,3
Inde	3	17 226	7,7	2	16 215	7,6	2	21 166	9,4
Chine continentale	4	12 468	5,6	4	13 290	6,3	3	17 479	7,8
Taiwan	5	7 411	3,3	6	7 691	3,6	4	13 166	5,9
Philippines	2	19 087	8,5	3	15 149	7,1	5	12 903	5,8
Pakistan	14	3 748	1,7	10	3 996	1,9	6	7 724	3,5
Sri Lanka	6	19 097	3,0	5	8 925	4,2	7	6 117	2,7
États Unis	7	6 234	2,8	9	5 185	2,4	8	5 789	2,6
Iran	20	2 694	1,2	15	3 683	1,7	9	5 770	2,6
Royaume Uni	9	5 971	2,7	8	6 160	2,9	10	5 569	2,5
Bosnie Herzégovine	10	4 902	2,2	7	6 270	3,0	11	5 056	2,3
Vietnam	8	6 230	2,8	11	3 963	1,9	19	2 476	1,1
Total									
Principaux pays	.	130 399	58,3	.	114 627	53,9	.	125 563	56,0
Total									
Autres pays	.	93 476	41,7	.	97 864	46,1	.	98 487	44,0
Total		223 874		212 491		224 050			

2.3 Répartition provinciale des immigrants

Trois provinces en particulier continuent d'attirer la majorité des immigrants au Canada : l'Ontario, la Colombie-Britannique et le Québec. L'Alberta attire aussi un grand nombre d'immigrants, bien qu'à une échelle moindre, mais il ne serait pas étonnant de voir augmenter la proportion d'immigrants de cette province puisqu'il est notoire que les nouveaux arrivants sont particulièrement attirés par les régions où leur collectivité est déjà bien établie, où ils peuvent retrouver leur famille et leurs amis et où ils peuvent mettre en pratique les coutumes qu'ils ont laissées derrière eux dans leur pays natal. On peut en outre présumer qu'il est plus facile de trouver du travail dans les grands centres urbains tels Edmonton et Calgary. La figure 2 montre la proportion d'immigrants que comptait chaque province en 1996.

Figure 2 Répartition régionale des immigrants (%), 1996



L'Ontario constitue la destination de choix des immigrants qui arrivent au Canada. En 1996, 53 % des immigrants se sont installés dans cette province -- un pourcentage presque identique à celui que l'on a enregistré entre 1989 et 1993 (53,2 %). La proportion d'immigrants de la Colombie-Britannique a augmenté, passant de 14,7 % en 1994 à 23,01 % en 1996; à la suite de cette augmentation, la province a

surpassé le Québec et celui-ci occupe maintenant la troisième place avec 13,2 %, ce qui représente une diminution par rapport à la proportion de 19,2 % enregistrée en 1994. La proportion d'immigrants que compte l'Alberta a diminué à 6 % en 1996 après avoir atteint 7,7 % en 1994. Ces quatre provinces demeurent les principales destinations des nouveaux immigrants et abritent quelque 95 % des immigrants que le Canada a accueillis au cours des dernières années.

Dans l'ensemble, le recensement de 1996 révèle ce qui suit :

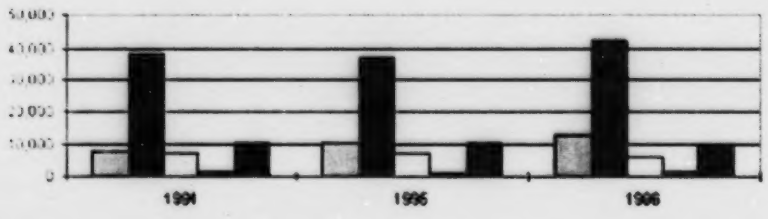
- Les immigrants représentent près du quart de la population de l'Ontario, ou 2,7 millions de personnes. La population immigrante totale s'est accrue de 15 % entre 1991 et 1996, et cette province compte la plus grande proportion d'immigrants au Canada.
- En Colombie-Britannique, les personnes nées à l'extérieur du Canada représentent 24 % de la population. La Colombie-Britannique est la province qui a connu l'augmentation la plus élevée du nombre d'immigrants (augmentation de 25 % par rapport à 1991).
- Au Québec, les immigrants représentaient 9,4 % de la population en 1996.

2.4 Répartition urbaine des immigrants

Toronto

À l'instar de l'ensemble de la population, les immigrants qui arrivent au Canada préfèrent s'installer dans les grands centres urbains. Toronto abrite la plus grande population immigrante au Canada. En fait, 1,8 million d'immigrants vivaient dans cette ville en 1996, ce qui représente une augmentation de 21 % par rapport à 1991. Qui plus est, 42 % des nouveaux immigrants décident de s'établir à Toronto. Avant 1961, la population immigrante de Toronto était presque exclusivement d'origine européenne (92 %), les principales sources étant le Royaume-Uni, l'Italie et l'Allemagne. En 1996, l'Europe était la source de seulement 17 % des nouveaux immigrants et la plupart d'entre eux venaient de la Pologne. La même année, la majorité des immigrants accueillis à Toronto venaient de l'Asie et du Moyen-Orient. La figure 3 présente le profil des nouveaux immigrants accueillis à Toronto, selon la région source.

Figure 3 Profil de Toronto selon la région source, 1994-1996



■ Afrique/Moyen-Orient
■ Asie-Pacifique
Amérique du Sud et centrale
■ É.-U.
■ Europe

Vancouver

À Vancouver, les immigrants représentaient plus du tiers de la population en 1996, comptant 635 000 personnes arrivées entre 1991 et 1996. En fait, selon le recensement de 1996, 18 % des nouveaux immigrants arrivés au Canada se sont installés à Vancouver, ce qui représente le taux de croissance du nombre d'immigrants le plus élevé de toutes les régions métropolitaines de

Figure 4 **Profil de Vancouver selon la région source, 1994-1996**

■ Afrique/Moyen-Orient
■ Asie-Pacifique
Amérique du Sud et centrale
■ É.-U.
■ Europe

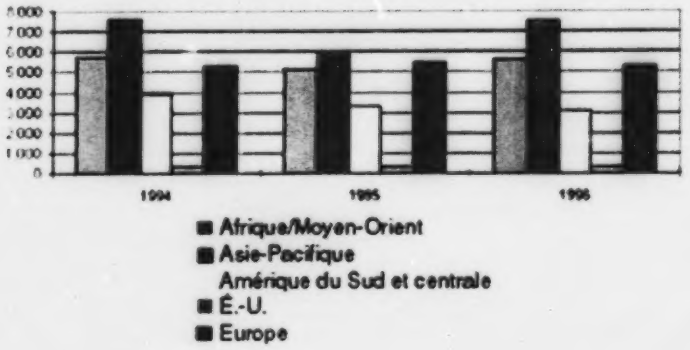
recensement. Quatre nouveaux arrivants sur cinq qui se sont établis à Vancouver venaient de l'Asie ou du Moyen-Orient, les principales sources étant Hong Kong, la Chine et Taïwan. Avant 1961, les personnes venant de ces régions représentaient moins de 10 % de la population immigrante, tandis que celles qui venaient d'Europe représentaient 85 % de celle-ci; dès 1996, la proportion d'Européens que l'on dénombrait parmi les nouveaux immigrants avait diminué à 10 %. La figure 4 présente le profil de Vancouver selon la région source.

Montréal

En 1996, la population immigrante de Montréal (18 % de la population totale de la ville) était la troisième plus importante au Canada, suivant celles de Toronto et de Vancouver, et s'était accrue de 13 % par rapport à 1991. Montréal est une des destinations préférées des immigrants venant de pays francophones tels Haïti, le Liban et la France; en fait, ces trois pays constituent les principales sources d'immigration de la ville. Toutefois, comme dans le cas de Toronto et de Vancouver, l'Asie et le Moyen-Orient -- plus particulièrement le Liban, la Chine et le Sri Lanka -- sont aussi devenus des sources importantes, représentant quatre nouveaux immigrants sur dix. Pour leur part, les

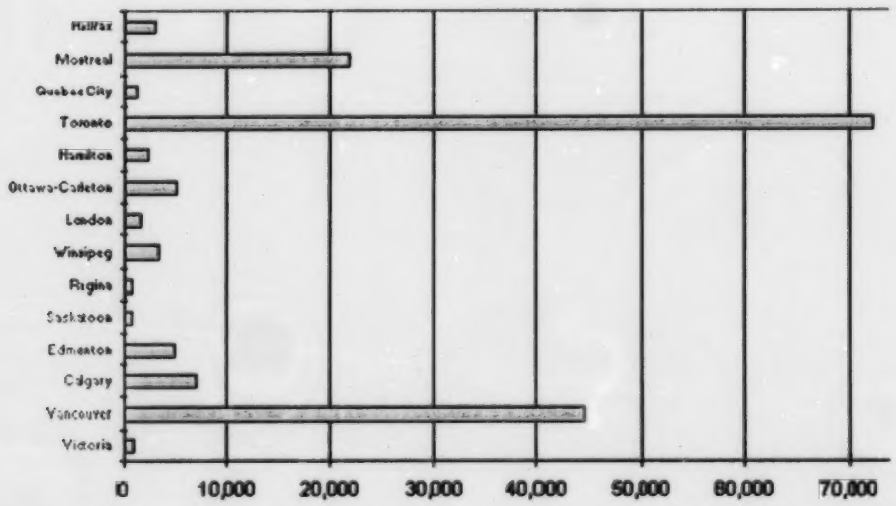
Européens représentaient 19 % des immigrants en 1996, ce qui constitue une diminution par rapport au taux de 90 % enregistré avant 1961. La figure 5 présente le profil de Montréal selon la région source.

Figure 5 Profil de Montréal selon la région source, 1994-1996



La figure 6 et le tableau 4 indiquent le nombre d'immigrants arrivant dans les grands centres urbains au Canada. Toronto, Vancouver et Montréal comptent de loin la plus grande proportion d'immigrants (plus de 60 %), mais un nombre considérable d'immigrants s'établissent à Calgary et à Edmonton.

Figure 6 Immigrants selon la région urbaine, 1996



Ayant attiré respectivement 3,1 % et 2,2 % des immigrants en 1996, Calgary et Edmonton pourraient très bien voir augmenter la proportion d'immigrants qu'elles abritent, lors du prochain recensement, compte tenu de la croissance économique marquée que ces villes enregistrent depuis quelques années.

Tableau 4 Immigrants selon la ville de destination envisagée et le pays de dernière résidence permanente, 1996

Ville	Pays de dernière résidence permanente												
	Hong Kong	Inde	Chine	Taïwan	Philippines	Pakistan	Sri Lanka	É.-U.	Iran	Grande-Bretagne	Autre	Total	%
Toronto	10677	5186	7122	2147	4022	4493	3862	1165	2287	1348	29788	72096	41.2
Vancouver	12163	4173	3981	9180	2736	296	139	795	1 398	994	9342	45257	25.9
Montréal	1025	1395	869	617	783	501	753	384	616	134	18847	23844	13.6
Calgary	964	815	557	368	566	255	22	256	145	300	2749	6987	4
Ottawa-Hull	157	290	494	39	116	93	46	117	229	166	3570	5317	3
Edmonton	771	645	479	71	454	164	34	127	63	169	1926	4903	2.9
Winnipeg	133	310	321	15	800	53	17	93	33	109	1467	3351	1.9
Halifax	240	58	141	42	18	157	5	50	43	33	1987	2774	1.6
Hamilton	71	256	194	20	162	73	2	69	47	89	1412	2395	1.4
Windsor	76	121	128	10	44	66	7	108	47	52	1179	2001	1.1
London	42	39	137	11	41	29	8	58	28	61	1190	1644	0.9
Kitchener	28	111	60	2	12	23	3	70	44	57	1132	1542	0.8
Québec	1	17	55	5	4	1	1	20	13	1	1204	1322	0.8
Victoria	92	97	111	66	64	2	2	74	15	80	266	871	0.5
Regina	55	39	85	4	48	5	-	12	16	10	360	628	0.4
TOTAL	26495	13645	14754	12589	9930	6210	4901	3398	4924	3603	74419	174932	100

Plus que tout autre endroit au Canada, les grands centres urbains et leurs banlieues demeurent les destinations de choix des nouveaux immigrants. Ces villes constituent en outre les plus vastes bassins de consommateurs au pays. Par conséquent, il faut absolument que chaque étude, politique, programme ou stratégie concernant les aliments ethniques vise ces villes en toute priorité.

Return to:

- Résumé
- 1. Introduction
- 3. Origines ethniques des Canadiens
- 4. Profil de certains groupes ethniques
- 5. Dépenses alimentaires des groupes ethniques
- 6. Mondialisation du marché canadien des aliments ethniques
- 7. Conclusion
- 8. Bibliographie

Mise à jour: 2001 10 15

Avis et avertissements importants

[English | Contactez-nous | Aide | Recherche | Site du Canada]
[AAC en direct | Liens | Salle de presse | Quoi de neuf | Index du site]

INCIDENCE DE L'IMMIGRATION SUR LE MARCHÉ DES ALIMENTS ETHNIQUES AU CANADA

3. ORIGINES ETHNIQUES DES CANADIENS

3.1 Définition de l'origine ethnique selon le recensement de 1996

Les données relatives à l'origine ethnique sont tirées du recensement que Statistique Canada effectue. L'origine ethnique, telle que définie dans le recensement de 1996, fait référence au(x) groupe(s) ethnique(s) ou culturel(s) auquel (auxquels) les ancêtres d'un individu appartenaient. Un ancêtre est une personne de qui on tient son origine et qui est habituellement plus éloignée qu'un grand-parent. L'origine ethnique tient aux « racines » ancestrales ou aux origines de la population et ne doit pas être confondue avec la citoyenneté ou la nationalité. Depuis 1981, alors que les répondants ont pu, pour la première fois, déclarer plus d'une origine ethnique dans le recensement, on établit une distinction entre les réponses uniques et multiples (Statistique Canada, 1996).

On parle d'une réponse unique lorsque le répondant déclare une seule origine ethnique. On parle d'une réponse multiple lorsque le répondant déclare deux origines ethniques ou plus. Les réponses totales sont la somme des réponses uniques et multiples. Les chiffres se rapportant aux réponses totales indiquent le nombre de personnes ayant déclaré une origine ethnique spécifique, que ce soit en tant que seule origine ou en combinaison avec au moins un autre groupe ethnique.

Il est tentant -- et tout à fait naturel -- de comparer les données relatives à l'origine ethnique rassemblées en 1991 à celles de 1996, mais Statistique Canada recommande de faire cette comparaison avec prudence parce que « la comparabilité historique des données sur l'origine ethnique a été affectée par plusieurs facteurs incluant des changements dans la collecte et le traitement des données, la compréhension des répondants ou leur point de vue à l'égard de l'ethnicité, la connaissance des

antécédents familiaux et le temps écoulé depuis l'immigration ».

Tableau 5 Les 25 principales origines ethniques au Canada

	Réponses uniques	Réponses multiples	Total des réponses
Canadien	5 326 995	3 479 285	8 806 275
Anglais	2 048 275	4 783 820	6 832 095
Français	2 665 250	2 932 595	5 597 845
Écossais	642 970	3 617 870	4 260 840
Irlandais	504 030	3 263 580	3 767 610
Allemand	726 145	2 030 990	2 757 140
Italien	729 455	478 025	1 207 475
Origines autochtones	477 630	624 330	1 101 955
Ukrainien	331 680	964 790	1 026 475
Chinois	800 470	121 115	921 585
Hollandais (Néerlandais)	313 880	602 335	916 215
Polonais	265 930	520 805	786 735
Origines sud-asiatiques	590 145	133 200	723 345
Juif	195 801	155 900	351 705
Norvégien	47 805	298 500	346 310
Gallois	27 915	310 990	338 905
Portugais	252 640	82 470	335 110
Suédois	31 200	247 775	278 975
Russe	46 885	225 450	272 335
Hongrois	94 185	156 340	250 525
Philippin	198 420	44 460	242 880
Américain	22 085	189 705	211 790
Espagnol	72 470	131 895	204 360
Grec	144 940	58 405	203 345
Jamaïquain	128 570	60 200	188 770
Population totale	18 303 625	10 224 495	28 528 125

3.2 Composantes ethniques du Canada

Le tableau 5 présente les 25 principales origines ethniques au Canada. Il est difficile de comparer ces chiffres avec ceux qui ont été compilés en 1991. Nous pouvons néanmoins avoir une idée des changements qui sont survenus dans la composition démographique du pays. En termes numériques, le classement varie selon qu'on tient compte des réponses uniques ou des réponses totales. Quoi qu'il en soit, les groupes ethniques qui sont les plus nombreux (après les Canadiens) demeurent ceux d'origine européenne : Anglais, Français, Écossais, Irlandais, Allemands et Italiens. Toutefois, lorsqu'on tient compte seulement des réponses uniques, l'ordre change et on retrouve en quatrième place, derrière les Canadiens, les Français et les Anglais, les personnes d'origine chinoise.

3.3 Limites des données relatives à l'origine ethnique

Les données relatives à l'origine ethnique comportent des limites dont il faut tenir compte pour interpréter ces données, mais elles constituent toujours l'un des meilleurs indicateurs de la composition de la population canadienne et l'un des meilleurs outils disponibles pour établir des politiques, créer des programmes, effectuer des études de marché, etc.

Return to:

- Résumé
- 1. Introduction
- 2. Immigration au Canada
- 4. Profil de certains groupes ethniques
- 5. Dépenses alimentaires des groupes ethniques
- 6. Mondialisation du marché canadien des aliments ethniques
- 7. Conclusion
- 8. Bibliographie

Mise à jour: 2001 10 15

Avis et avertissements importants

[English | Contactez-nous | Aide | Recherche | Site du Canada]
[AAC en direct | Liens | Salle de presse | Quoi de neuf | Index du site]

INCIDENCE DE L'IMMIGRATION SUR LE MARCHÉ DES ALIMENTS ETHNIQUES AU CANADA

4. PROFIL DE CERTAINS GROUPES ETHNIQUES

Comme nous l'avons indiqué plus tôt, la population canadienne se compose d'un grand nombre de groupes ethniques distincts. Aux fins de la présente étude, toutefois, nous mettons l'accent sur les groupes ethniques qui se sont considérablement accrus et/ou dont l'influence sur la cuisine canadienne a augmenté de façon marquée au cours des dernières années. Il est important pour les producteurs, les transformateurs et les distributeurs de produits alimentaires canadiens de bien connaître ces groupes et l'influence qu'ils sont susceptibles d'exercer sur l'industrie alimentaire intérieure. Les gens connaissent mieux les aliments ethniques aujourd'hui qu'il y a cinq ou dix ans, mais il est néanmoins clair qu'il reste beaucoup à faire à ce chapitre.

Tableau 6 Population selon l'origine ethnique dans les quatre plus grandes provinces et au Canada : origines uniques et multiples, 1996

Origine	Canada	Ontario	Québec	Colombie-Britannique	Alberta
Caraïbes				14 510	16 610
Chinoise	921 585	422 775	55 875	312 335	9 813
Sud-asiatique	723 345	427 470	50 645	165 010	56 190
Moyen-Orientale	442 805	196 180	164 525	33 125	27 835
Amérique du Sud et centrale	187 330	82 405	56 335	22 855	17 455
Autre	25 810 255	9 214 235	6 610 130	3 141 920	2 451 297
Population totale	28 528 125	10 642 790	7 045 080	3 689 755	2 699 195

Pour examiner la demande d'aliments ethniques, nous avons commencé par brosser un tableau démographique du Canada afin de faire ressortir l'importance des groupes ethniques capables

d'exercer une influence sur le marché alimentaire intérieur. Nous avons constaté que depuis quelques années, un nombre accru d'immigrants au Canada viennent désormais de pays sources non traditionnels -- l'Europe n'est plus la principale source d'immigration au Canada.

4.1 Chinois

Le terme « chinois » s'applique aux populations d'une région dépassant grandement les frontières de la Chine continentale et peut aussi inclure Hong Kong, Taïwan et Singapour. Au cours du recensement de 1996, 921 585 personnes au total (origines uniques et multiples) ont déclaré être d'origine chinoise, représentant 3,2 % de la population totale du Canada. Cela constitue une augmentation considérable -- de quelque 71 %, en fait -- par rapport au chiffre enregistré en 1991.

4.1.1 Historique et traditions alimentaires (Marritt et Sundue, 1994)

Les traditions alimentaires chinoises sont caractérisées par des variations régionales, notamment les mets préparés à la mode de Pékin ainsi qu'aux modes cantonaise et sichuannaise. La cuisine à la mode de Pékin, qui est répandue dans les régions du nord et du nord-est de la Chine, consiste principalement à faire cuire les aliments à la vapeur et à les pocher; les mets à base de farine de blé sont populaires et le riz est réservé aux occasions spéciales. La plupart des mets préparés à la mode cantonaise sont sautés ou cuits à la vapeur et en raison de la proximité de la mer dans le sud, ils comprennent aussi du poisson et des fruits de mer (p. ex., le dim sum, la soupe aux ailerons de requin). Les mets préparés à la mode sichuannaise sont épicés et gras, et contiennent beaucoup de sauces au piment fort et au poivre.

Suit une liste d'observations générales concernant les traditions alimentaires des populations chinoises de la Chine, qui sont documentées par Barer-Stein (1991). Toutefois, le lecteur doit tenir compte du fait que la consommation alimentaire est susceptible de varier dans la pratique à mesure que les consommateurs chinois s'adaptent aux conditions nord-américaines.

- Le régime alimentaire traditionnel des Chinois se compose principalement de riz, de nouilles, et de légumes et fruits frais. Le soja fait aussi partie des aliments de base. En raison de leur coût en Chine, les viandes et le poisson sont généralement réservés aux occasions spéciales.
- Le riz est la céréale de base de la majorité de la population chinoise, mais les gens utilisent également souvent la farine de blé. Le climat du sud de la Chine favorise la production du

riz tandis que dans le nord, le blé prédomine. La population préfère généralement le riz à long grain et l'utilise seul ou comme élément de base de nombreux mets. La farine de blé est utilisée pour fabriquer des nouilles et des pâtes cuites à la vapeur.

- Le soja constitue une importante source de nourriture. Les fèves ou les germes de soja séchés sont utilisés comme partie de repas. Les sauces telles la sauce de soja et la sauce au tofu sont fabriquées à partir de fèves de soja fermentées. Le lait de soja est très populaire et est utilisé pour remplacer le lait de vache.
- Le lait n'a jamais été un élément important du régime alimentaire des Chinois mais dernièrement, les produits laitiers tels que le fromage et la crème glacée sont devenus plus populaires.
- Le porc, la volaille, l'agneau et le mouton sont les viandes préférées. Les gens mangent rarement du boeuf et ne mangent presque jamais de veau. Les viandes marinées et grillées au charbon de bois sont populaires. On coupe habituellement la viande en petites lanières pour faciliter la cuisson des mets sautés et la consommation de ceux-ci au moyen de baguettes. Les plus grosses coupes de viande et de volaille sont habituellement achetées précuites dans des établissements commerciaux.
- Le poisson devient de plus en plus populaire en Chine. La fraîcheur est essentielle et les gens préfèrent le poisson et les fruits de mer vivants (à moins que le produit ne soit mis en conserve).
- Les gens préfèrent les huiles d'arachide et de maïs et utilisent parfois du saindoux mais presque jamais de beurre.
- Les assaisonnements sont restreints, mais on les utilise pour produire des mets différents. Les sauces sont également fréquemment utilisées pour créer des mets différents et comprennent par exemple la sauce de soja, la pâte de crevette, la sauce aux prunes, la sauce d'huîtres, la sauce hoisin (barbecue) et la pâte de haricots.
- Le thé est la boisson la plus populaire et est habituellement préparé au moyen de feuilles de thé en poudre que l'on dissout dans de l'eau chaude.
- Le repas du soir ou familial est le repas principal; il est caractérisé par une variété de textures, de saveurs, de types d'aliments et de méthodes de cuisson.
- Pour les occasions où il faut servir un grand nombre de personnes, on utilise couramment les aliments et les services disponibles auprès d'établissements commerciaux au lieu de préparer le repas chez soi.

4.1.2 Types de peuplement des Chinois au Canada

À l'instar des autres groupes ethniques, la collectivité chinoise est principalement concentrée en Ontario (45,9 %) et en

Colombie-Britannique (33,9 %) comme l'indique le tableau 7. Les collectivités chinoises sont aussi regroupées au Québec et en Alberta, mais les proportions diminuent de façon marquée à 6,1 % et à 1,1 % respectivement (origines uniques et multiples).

Tableau 7 Répartition provinciale des Chinois au Canada

Province	Origine unique	Origine multiple	Total	%
Ontario	365 420	57 355	422 775	45,9
Colombie-Britannique	280 585	31 750	312 335	33,9
Québec	47 095	8 780	55 875	66,1
Alberta	8 328	1 485	9 813	1
Autre	99 042	21 745	120 787	13,1
Total	800 470	121 115	921 585	100

4.1.3 Répartition urbaine des Chinois

Conformément à la tendance générale relevée chez les immigrants, la plupart des Chinois ont décidé de s'installer dans les grands centres urbains du Canada. Comme l'indique le tableau 8, les villes qui comptent la plus grande proportion de Chinois comprennent notamment Toronto, Vancouver, Montréal, Calgary, Edmonton et Ottawa-Hull. Six villes abritent 88 % des Chinois établis au Canada et à elles seules, Toronto et Vancouver abritent 70,3 % d'entre eux.

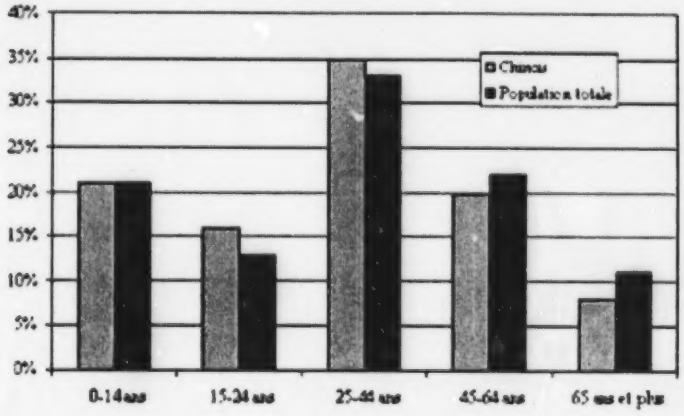
4.1.4 Profil d'âge des Chinois

La comparaison des données de recensement de 1996 et de 1991 révèle un léger changement dans le profil d'âge de la population chinoise au Canada par rapport à l'ensemble de la population. Alors qu'en 1991 la proportion de Chinois dans la catégorie d'âge de 0 à 14 ans était plus élevée, dès 1996, la proportion était la même que celle de la population canadienne en général. Toutefois, comme il a été observé en 1991, la proportion de Chinois se situant dans les catégories d'âge de 15 à 24 ans et de 25 à 44 ans demeure plus élevée, et la proportion de Chinois se situant dans les catégories d'âge de 45 à 64 ans et de 65 ans et plus est inférieure. Cela signifie qu'en comparaison avec l'ensemble de la population canadienne, les Canadiens d'origine chinoise sont généralement plus jeunes (figure 7).

Tableau 8 Répartition urbaine des Chinois

Ville	Origine unique	Origines multiples	Total	%
Toronto	317 205	42 245	359 450	39
Vancouver	264 202	24 575	288 795	31,3
Montréal	43 865	7 265	51 130	5,5
Calgary	41 270	7 635	48 905	5,3
Edmonton	36 790	5 360	42 150	4,6
Ottawa-Hull	17 950	3 940	21 890	2,4
Autre	79 170	30 095	109 265	11,9
Total	800 470	121 115	921 585	100

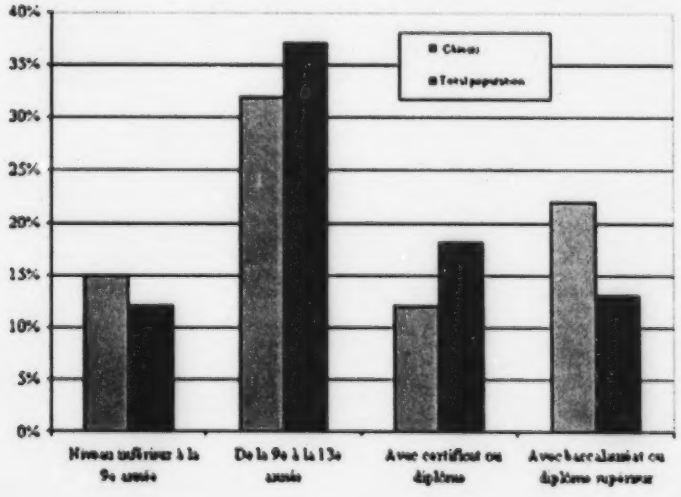
Figure 7 Profil d'âge des Chinois d'origine au Canada, 1996



4.1.5 Profil scolaire des Chinois

La figure 8 présente le profil scolaire des Chinois par rapport à celui du reste de la population.

Figure 8 Profil scolaire des Chinois d'origine au Canada, 1996



Les proportions ont changé par comparaison à l'ensemble de la population, mais il y a toujours :

- plus de Chinois qui possèdent neuf années de scolarité ou moins;
- moins de Chinois qui possèdent de neuf à treize années de scolarité ainsi qu'un certificat ou un diplôme;
- plus de Chinois qui possèdent un baccalauréat ou un diplôme supérieur.

4.2 Sud-Asiatiques

Ce groupe comprend les habitants de quatre principaux pays : Inde, Pakistan, Bangladesh et Sri Lanka. À elle seule, la province de l'Ontario compte près de 60 % des immigrants sud-asiatiques du Canada, tandis que la Colombie-Britannique en compte près de 23 %. Ensemble, ces deux provinces abritent plus de 80 % de la population totale de ce groupe ethnique (tableau 9).

Tableau 9 Répartition provinciale des Sud-Asiatiques

Province	Origine unique	Origines multiples	Total	%
Ontario	342 375	85 095	427 470	59,1
Colombie-Britannique	141 750	23 260	165 010	22,8
Québec	41 485	9 160	50 645	7
Alberta	46 510	9 680	56 190	7,8
Autre	18 025	6 005	24 030	3,3
Total	590 145	133 200	723 345	100

En 1996, l'Asie du Sud était la deuxième source en importance de nouveaux immigrants au Canada. Au total, 723 345 personnes ont déclaré être d'origine sud-asiatique, plus de 2,5 % de la population canadienne, ce qui représente une augmentation de 67 % par rapport au recensement de 1991. Près de la moitié des immigrants sud-asiatiques s'établissent à Toronto, comme l'indique le tableau 10 (49,7 %). Vancouver et Montréal abritent respectivement 17,3 % et 15,0 % des membres de ce groupe.

4.2.1 Historique et traditions alimentaires (Marritt et Sundue, 1994)

Les membres du groupe sud-asiatique appartiennent à diverses dénominations religieuses. Les religions les plus importantes sur le sous-continent indien sont l'hindouisme, le sikhisme, le bouddhisme, le jaïnisme et la religion musulmane. Chaque religion

comporte son propre ensemble de valeurs, de croyances et d'occasions spéciales. Il existe en outre de nombreuses différences d'ordre linguistique et sur le plan des classes sociales (Barer-Stein, 1991). En raison de cette diversité, il peut être difficile de brosser un tableau d'ensemble des traditions alimentaires sud-asiatiques.

Les mets sud-asiatiques se distinguent par les assaisonnements et les méthodes de préparation utilisés. Les variables qui influent sur la consommation alimentaire comprennent l'appartenance religieuse, la situation économique, les traditions locales et la disponibilité des aliments. Suivent plusieurs observations générales au sujet de la consommation alimentaire dans les pays de l'Asie du Sud.

- Le régime alimentaire traditionnel de certains Sud-Asiatiques est en grande partie composé de céréales (riz, blé, maïs, millet et orge) et de légumineuses, et comprend des fruits et des légumes.
- Le lait est un élément de base pour la plupart des Sud-Asiatiques, plus particulièrement les végétariens. Les produits laitiers tels que le yogourt et le babeurre sont aussi utilisés très souvent.
- Les gens mangent rarement des fruits et des légumes frais (généralement en saison). La plupart des fruits et des légumes sont traités et marinés ou transformés en condiments et en chutney.
- Les traditions religieuses influent sur la consommation de viande. Par exemple, les hindous ne consomment pas de chair et il est interdit aux musulmans de manger du porc. En général, les viandes populaires sont la chèvre, l'agneau, le bison et le poulet, et elles sont fréquemment grillées au charbon de bois ou préparées sous forme de mets au cari.
- Les légumineuses (ou le Dal, une sauce à base de légumineuses) constituent la principale source de protéines de certains Sud-Asiatiques; la variété et les méthodes de cuisson utilisées sont souvent fonction du groupe ethnique.
- Le riz est la céréale de base dans les régions du sud et de l'est, tandis que le blé prédomine dans les régions du nord et de l'ouest.
- Les huiles végétales sont couramment utilisées, mais les consommateurs riches préfèrent le beurre clarifié (ghee).
- Les desserts sont habituellement très sucrés et sont à base de lait ou de riz. Un grand nombre de desserts sucrés sont achetés dans des établissements commerciaux. Les gens aiment aussi les collations au goût épicé, salé et acidulé.
- Les assaisonnements sont l'élément clé des mets sud-asiatiques. L'arôme (vasana) est un aspect important des aliments.

Les traditions alimentaires sud-asiatiques sont aussi caractérisées

par des variations régionales. Aux Indes orientales, le riz étuvé est un élément de base et le poisson est important, mais les mets au cari (mets complets que l'on nomme aussi masala) sont généralement moins riches et plus sucrés que les mets au cari très épicés que l'on prépare dans le sud de l'Inde. Dans le nord de l'Inde, la cuisine reflète l'influence grecque, perse et musulmane. Au Pakistan, où 80 % de la population est musulmane, les consommateurs préfèrent les mets épicés ainsi que le boeuf, l'agneau, le poulet, le riz, le blé et les pois chiches.

Tableau 10 Répartition urbaine des Sud-Asiatiques

Province	Origine unique	Origines multiples	Total	%
Toronto	291 520	67 955	359 475	49,7
Vancouver	107 565	17 790	125 355	17,3
Montréal	95 725	12 690	108 415	15
Calgary	23 050	4 425	27 475	3,8
Edmonton	20 930	4 065	24 995	3,5
Ottawa-Hull	14 675	4 235	18 910	2,6
Autre	36 680	22 040	58 720	8,1
Total	590 145	133 200	723 345	100

4.2.2 Importance de l'appartenance religieuse (Marritt et Sundue, 1994)

Il est important d'examiner l'appartenance religieuse des Sud-Asiatiques au Canada pour trois raisons principales : 1) les exigences religieuses peuvent influer sur la consommation alimentaire; 2) la répartition des appartenances religieuses de la population sud-asiatique au Canada diffère de la répartition relevée dans la région natale; 3) compte tenu de la surdéclaration de l'origine « des Indes orientales » lors du recensement, l'appartenance religieuse peut permettre de brosser un tableau plus exact de la collectivité sud-asiatique au Canada.

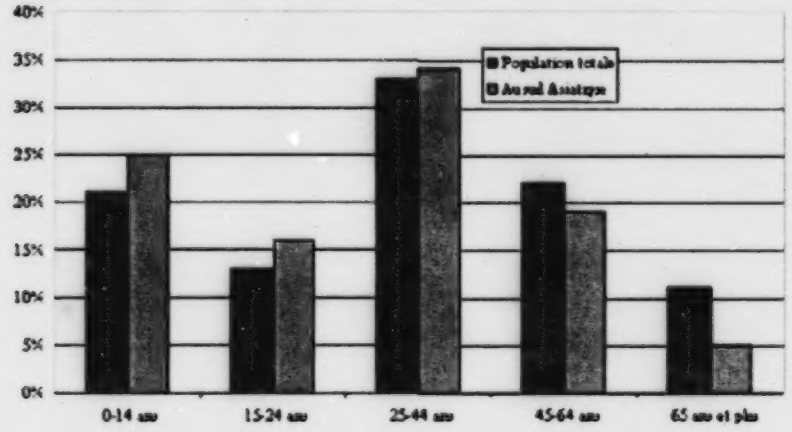
La plupart des Canadiens d'origine sud-asiatique appartiennent à l'un des trois groupes religieux suivants : sikhs, hindous et musulmans. Les sikhs forment le plus important groupe religieux parmi les Canadiens d'origine sud-asiatique, comptant 134 790 membres, ou 32,1 % des immigrants ayant déclaré une origine unique. Qui plus est, les Sud-Asiatiques représentent presque tous les sikhs (91,4 %) établis au Canada. La population sikh du Canada est plus jeune que la moyenne nationale (28,7 ans par comparaison à 34,5 ans) et s'est accrue de façon marquée entre 1986 et 1991 (117,7 %).

Les hindous représentent environ 80 % de la population indienne et constituent l'un des deux groupes dominants au Sri Lanka,

l'autre groupe étant celui des Tamouls. Toutefois, les hindous ne représentent que 28,7 % des Sud-Asiatiques installés au Canada. Les hindous évitent habituellement de manger de la chair et les aliments qui sont susceptibles de renfermer la semence de la vie (oeufs); un certain nombre d'animaux et de plantes sont considérés sacrés à titre d'incarnations de dieux (p. ex., les vaches représentent la Terre mère).

Les musulmans forment le troisième groupe en importance, comptant 90 890 membres (ou 21,6 % des Sud-Asiatiques installés au Canada). En général, ils ne mangent pas de porc ni de chair provenant d'animaux qui n'ont pas été abattus selon les rites prescrits, et ils ne consomment habituellement pas d'alcool.

Figure 9 Profil d'âge des Sud-Asiatiques d'origine au Canada, 1996



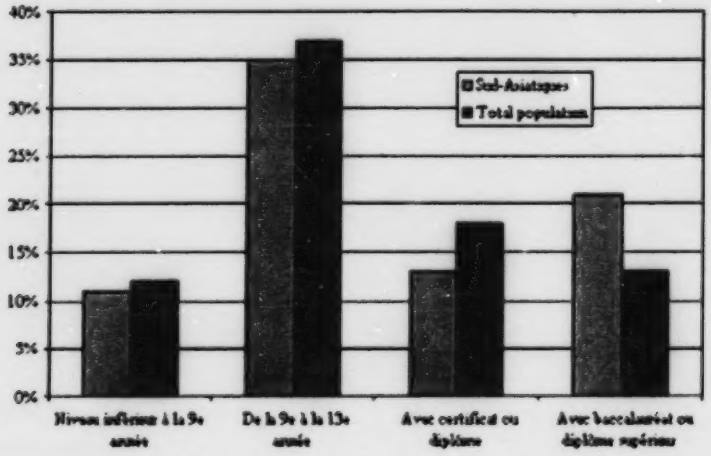
Les bouddhistes représentent une petite proportion (0,7 %) des Sud-Asiatiques au Canada, même s'ils représentent une proportion plus élevée en Inde et au Sri Lanka (Singhalais bouddhistes). Les bouddhistes sont tenus d'éviter de manger de la viande par mesure de respect général envers tous les êtres vivants.

Les festivals religieux sikhs, musulmans et hindous sont fondés sur un calendrier lunaire et comportent souvent un festin ou une période de jeûne. Les festivals hindous comprennent les suivants : Divali, Dussara, Holi, Shivarati, et d'autres. Les musulmans célèbrent le mois du ramadan, au cours duquel ils s'abstiennent de consommer de la nourriture et des boissons entre le lever et le coucher du soleil. Les sikhs célèbrent le premier jour du mois de Baisakh (avril-mai) et de nombreux festivals hindous (Barer-Stein, 1991). Il est important de noter que, comme dans le cas de toutes les fois religieuses, le respect des exigences relatives à l'alimentation peut varier d'une personne à l'autre.

4.2.3 Profil d'âge et scolaire des Sud-Asiatiques d'origine

La comparaison de la répartition par âge des Sud-Asiatiques d'origine et de l'ensemble de la population canadienne révèle que les Sud-Asiatiques sont plus jeunes. Comme c'était le cas en 1991, on retrouve une proportion plus élevée de Sud-Asiatiques dans les catégories des moins de 15 ans, des 15-24 ans et des 25-44 ans et une proportion moins élevée de Sud-Asiatiques dans les catégories des 45-64 ans et des 65 ans et plus, que dans l'ensemble de la population (figure 9).

Figure 10 Profil scolaire des Sud-Asiatiques d'origine au Canada, 1996



Selon le recensement de 1996, on retrouve une plus grande proportion de personnes dans la catégorie « avec baccalauréat ou diplôme supérieur » chez les Sud-Asiatiques que dans la population générale, et une proportion inférieure de Sud-Asiatiques dans les catégories « 9e année » et « avec certificat ou diplôme ».

4.3 Moyen-Orientaux d'origine

Selon les données que Statistique Canada a rassemblées lors du recensement de 1996, l'étiquette « Moyen-Orientaux d'origine » fait référence à trois groupes : les personnes d'origine arabe venant de pays tels que l'Égypte, l'Iraq, la Jordanie et le Liban; les personnes de l'Asie occidentale venant de l'Afghanistan, de l'Arménie, de l'Iran, d'Israël, du Kurdistan et de la Turquie; et les personnes d'origine maghrébine venant de l'Algérie, du Maroc et de la Tunisie, ainsi que les Berbères. Au Canada, les personnes d'origine arabe représentaient 61,9 % de la population moyen-orientale et étaient suivies des personnes de l'Asie

occidentale et des Magrhébins, qui représentaient respectivement 31,8 % et 6,3 % de cette population.

L'Ontario continue d'attirer le plus grand nombre d'immigrants du Moyen-Orient, tandis que le Québec arrive maintenant au deuxième rang pour ce qui est de la majorité des personnes d'origine arabe et magrhébine (tableau 11), et la plupart des immigrants de l'Asie occidentale s'installent en Ontario.

Tableau 11 Répartition provinciale des moyen-orientaux d'origine

Province	Origines	Origine unique	Origines multiples	Total
Ontario	Arabes Maghrébines Asie occidentale	81 680 1 420 = 141 495 58 395	34 675 1 965 = 54 480 17 840	116 555 3 385 = 196 180 76 240
Colombie-Britannique	Arabes Maghrébines Asie occidentale	5 545 310 = 22 110 16 255	6 230 380 = 11 810 4 400	11 775 690 = 33 125 20 660
Québec	Arabes Maghrébines Asie occidentale	77 655 15 465 = 119 755 26 635	28 920 7 505 = 44 765 8 340	106 575 22 970 = 164 520 34 975
Alberta	Arabes Maghrébines Asie occidentale	15 515 235 = 19 195 3 445	6 370 210 = 8 640 2 060	21 885 445 = 27 835 5 505
Autre	Arabes Maghrébines Asie occidentale	8 035 110 = 10 285 2 140	9 575 165 = 11 070 1 330	17 415 275 = 21 355 3 455
Total	Arabes Maghrébines Asie occidentale	188 430 17 540 = 312 840 106 870	85 770 10 225=129 965 33 970	274 205 27 765 = 443 015 140 835

La plupart des pays du Moyen-Orient pratiquent les religions musulmane ou chrétienne qui façonnent en grande partie la culture de cette région. La religion musulmane comporte en outre un certain nombre de croyances qui ont trait à la consommation alimentaire — celles-ci comprennent des périodes de jeunes précises (p. ex., le ramadan), l'obligation d'éviter les produits interdits par le Coran (p. ex., alcool, porc), et des procédures d'abattage précises qui sont semblables à celles qu'impose la loi juive (Sabini, 1990). Le terme « Halal », qui est d'origine arabe, signifie « licite » et fait référence aux aliments préparés ou provenant d'animaux abattus conformément aux lois islamiques et à ce titre, est semblable aux procédures cachères juives (Gillies, 1990). En fait, on croit que la majorité des aliments cachers au Canada sont vendus à des consommateurs musulmans (Allentuck, 1990). Les appartenances religieuses des populations du Moyen-Orient établies au Canada correspondent à celles de

leur région natale — près de 43 % des membres de ces populations ont déclaré leur appartenance aux religions musulmanes et 49 % ont déclaré leur appartenance aux religions chrétiennes (catholique, orthodoxe de l'Est, et protestante).

4.3.1 Historique et traditions alimentaires (Marritt et Sundue, 1994)

Malgré le grand nombre de pays et de groupes dits « moyen-orientaux », leurs habitudes alimentaires affichent une uniformité remarquable. Les traditions alimentaires varient d'une région à l'autre à certains égards, mais les variations relevées sont généralement liées à la disponibilité des aliments plutôt qu'à des différences culturelles (Packard et McWilliams, 1993). Suivent des observations générales concernant les traditions alimentaires du Moyen-Orient.

- Les produits locaux tels que le blé, les légumineuses, les fruits, les légumes et les olives sont largement utilisés.
- Le pain pita est coupé ou déchiré en morceaux qui sont utilisés comme des cuillers pour consommer les trempettes ou est utilisé sous forme de pochette que l'on remplit de viande, de légumineuses et de légumes.
- Les viandes les plus souvent utilisées sont l'agneau et le mouton. Le poulet est devenu très populaire au cours des dernières années. Parmi les autres viandes que les gens consomment, mentionnons le boeuf, le veau et la dinde.
- Le poisson et les autres fruits de mer sont surtout consommés dans les régions côtières.
- Les gens préfèrent le yogourt et le fromage à base de lait de brebis ou de chèvre en raison d'une intolérance généralisée au lactose.
- Les gens mangent divers fruits et légumes selon les saisons.
- Les noix et les graines sont souvent utilisés comme casse-croûte et dans les plats principaux. Parmi ceux que les gens préfèrent, mentionnons les pistaches, les amandes, les pignes et les graines de sésame.
- Les corps gras et les huiles, plus particulièrement l'huile d'olive, jouent un rôle important dans les régimes alimentaires des gens du Moyen-Orient.
- Les aliments exigeant une préparation complexe sont souvent achetés dans les établissements commerciaux pour consommation chez soi.
- La consommation de produits d'origine animale et de casse-croûte transformés s'accroît généralement à mesure que les consommateurs moyen-orientaux deviennent plus aisés ou immigrent dans les pays « occidentaux ».
- Dans les pays moins développés du Moyen-Orient, les citoyens assimilent souvent les aliments dits « occidentaux » à un statut supérieur (p. ex., lait maternisé, aliments transformés).

4.3.2 Types de peuplement des Moyen-Orientaux d'origine

La majorité des Moyen-Orientaux d'origine se sont établis à Montréal parce que cette ville est francophone, à l'instar de la plupart des pays du Moyen-Orient (tableau 12).

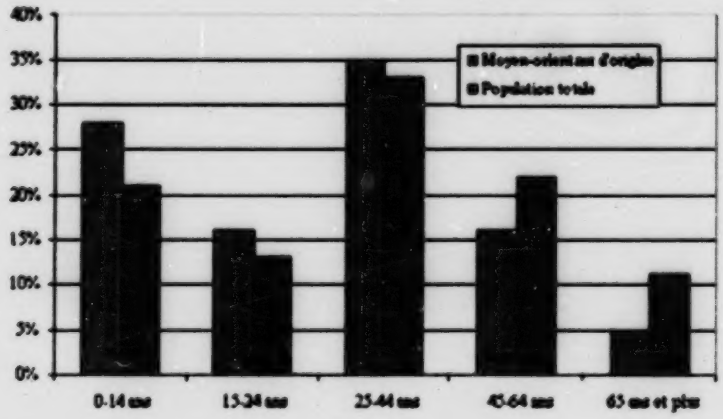
Tableau 12 Répartition urbaine des Moyen-Orientaux d'origine

Villes	Origines	Origine unique		Origines multiples		Total	
Toronto	Arabes Maghrébines Asie occidentale	39 600 860 45 540	= 86 000	17 350 1 545 11 935	= 30 830	56 950 2 405 57 470	= 116 825
Vancouver	Arabes Maghrébines Asie occidentale	4 660 285 14 840	= 19 785	3 760 250 3 330	= 7 340	8 420 535 18 170	= 27 125
Montréal	Arabes Maghrébines Asie occidentale	71 060 13 690 25 550	= 110 300	25 175 6 475 7 560	= 39 210	96 240 20 160 33 110	= 149 510
Calgary	Arabes Maghrébines Asie occidentale	6 515 115 1 925	= 8 555	2 705 65 890	= 3 660	9 225 185 2 820	= 12 230
Edmonton	Arabes Maghrébines Asie occidentale	7 235 50 1 275	= 8 560	2 515 120 855	= 3 490	9 750 170 2 130	= 12 050
Ottawa-Hull	Arabes Maghrébines Asie occidentale	21 610 580 4 830	= 27 020	6 380 410 1 485	= 8 275	27 995 990 6 310	= 35 295
Toutes les autres villes			56618		33830		93950
Total	Arabes Maghrébines Asie occidentale	188 430 17 540 106 870	= 316 838	85 770 10 225 33 970	= 126 635	274 205 27 765 140 835	= 446 985

4.3.3 Profil d'âge des Moyen-Orientaux d'origine

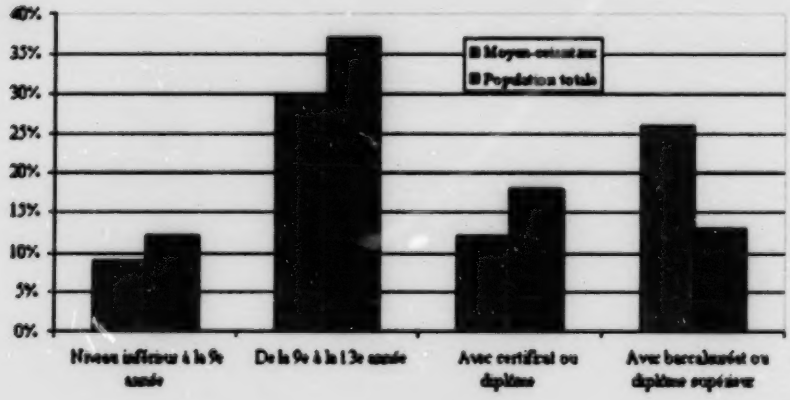
Pour déterminer le nombre total d'immigrants moyen-orientaux, nous avons jusqu'ici tenu compte des personnes d'origines arabes, maghrébines et de l'Asie occidentale. La figure 11 indique que dans l'ensemble, les immigrants moyen-orientaux sont généralement plus jeunes que l'ensemble de la population canadienne. Ils comptent une proportion plus élevée de personnes dans les groupes d'âge des 0-14 ans, 15-24 ans et 25-44 ans et une proportion inférieure de personnes dans les groupes d'âge des 45-64 ans et des 65 ans et plus. On a relevé la même répartition en 1991.

Figure 11 Profil d'âge des immigrants moyen-orientaux d'origine au Canada, 1996



La figure 12 indique que par comparaison à l'ensemble de la population, les Moyen-Orientaux d'origine possèdent habituellement plus de compétences de niveau universitaire.

Figure 12 Profil scolaire des immigrants moyen-orientaux d'origine au Canada, 1996



4.4 Personnes originaires de l'Amérique centrale et du Sud

Les pays de l'Amérique centrale et du Sud forment une source d'immigration proportionnellement moins importante que les groupes dont nous avons discuté antérieurement, mais ils représentent une autre source d'immigration au Canada.

Par exemple, le bureau de recensement des États-Unis prévoit qu'en 2005, les personnes originaires de l'Amérique du Sud seront plus nombreuses que les Noirs aux États-Unis, un pays qui se classe déjà au cinquième rang à l'échelle mondiale pour ce qui est de la population hispanophone. Compte tenu que le Canada est situé à proximité des États-Unis, ce phénomène influera sans aucun doute sur notre marché alimentaire.

Étant donné que l'Amérique centrale et du Sud comprend un grand nombre de pays, nous devons éviter de généraliser à outrance l'information relative à cette région. Toutefois, en dépit des différences relevées sur le plan des habitudes alimentaires et culturelles, il existe assez de similarités pour justifier le regroupement de toutes les personnes de cette région aux fins du présent rapport.

Près de 75 % des immigrants de l'Amérique centrale et du Sud se sont installés en Ontario et au Québec.

Tableau 13 Répartition provinciale des personnes originaires de l'Amérique centrale et du Sud

Province	Origine unique	Origines multiples	Total	%
Ontario	51 960	30 425	82 405	44
Colombie-	11 050	11 805	22 855	12,2
Québec	40 870	15 460	56 335	30,1
Alberta	10 340	7 115	17 455	9,3
Autre	4 395	3 890	8 285	4,4
Total	118 635	68 695	187 330	100

Toronto vient en tête de liste, comptant un peu plus de 30 % de cette population, et est suivie de Montréal avec 26,4 %. Comme dans le cas des Moyen-Orientaux d'origine, Vancouver arrive au troisième rang avec 8,4 % (tableau 14).

Tableau 14 Répartition urbaine des personnes originaires de l'Amérique centrale et du Sud

Province	Origine unique	Origines multiples	Total	%
Toronto	36 700	19 655	56 355	30,1
Vancouver	8 480	7 295	15 775	8,4
Montréal	36 705	12 790	49 495	26,4
Calgary	3 895	3 180	7 075	3,8
Edmonton	4 590	2 425	7 015	3,7
Ottawa-Hull	4 255	2 805	7 060	3,8
Autre	24 010	20 545	44 555	23,8
Total	118 635	68 695	187 330	100,0

4.4.1 Profil scolaire des personnes originaires de l'Amérique centrale et du Sud

Le profil scolaire des immigrants de l'Amérique centrale et du Sud

diffère de celui du reste de la population canadienne. Ce groupe compte presque la même proportion de diplômés universitaires, mais il comprend un nombre inférieur de personnes possédant moins de neuf années de scolarité, de neuf à treize années de scolarité, ou détenant un certificat ou un diplôme.

Figure 14 Profil scolaire des immigrants de l'Amérique centrale et du Sud au Canada, 1996

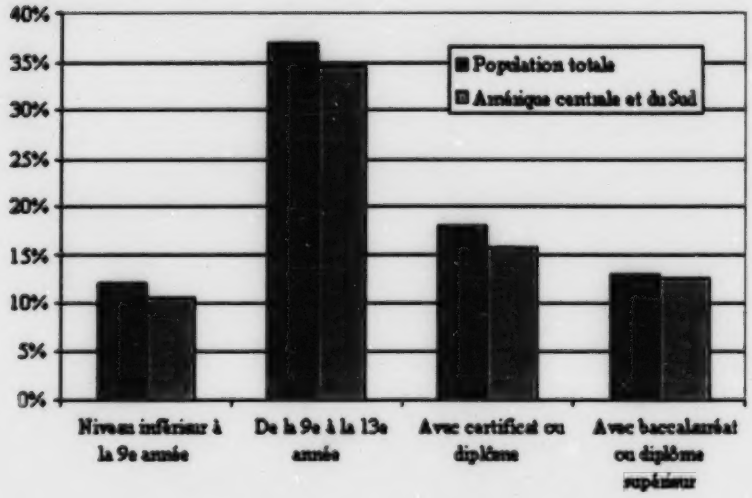


Figure 15 Profil d'âge des immigrants de l'Amérique centrale et du Sud au Canada, 1996

En règle générale, ce groupe compte une proportion plus élevée de personnes dans les catégories d'âge des 0-14 ans, 15-24 ans et 25-44 ans que l'ensemble de la population canadienne (figure 15). Toutefois, il compte une proportion inférieure de personnes dans la catégorie des 45 ans et plus.

4.5 Personnes originaires des Caraïbes

Les personnes originaires des Caraïbes viennent des pays suivants : Cuba, Jamaïque, Sainte-Lucie, Trinité-et-Tobago, Haïti, Grenade, Bahamas, Bermudes, Guyana et Antigua. Il s'agit d'un groupe très cosmopolite de pays qui ont des cultures et des habitudes alimentaires très différentes. On les a regroupés aux fins de recensement, mais il faut établir certaines distinctions au sujet des personnes originaires des Caraïbes.

La plupart des immigrants des Caraïbes décident de s'établir en Ontario (plus de 66 %); vient ensuite le Québec avec 23,7 %. On retrouve donc un peu moins de 90 % des membres de ce groupe dans ces deux provinces (tableau 15).

Tableau 15 Répartition provinciale des personnes originaires des Caraïbes

Province	Origine unique	Origines multiples	Total	%
Ontario	198 070	101 655	299 725	66,1
Colombie-	5 175	9 335	14 510	3,2
Québec	86 290	21 280	107 570	23,8
Alberta	9 050	7 555	16 605	3,7
Autre	6 705	7 690	14 395	3,2
Total	305 290	147 515	452 805	100,0

4.5.1 Répartition urbaine des personnes originaires des Caraïbes

Parmi les villes canadiennes, Toronto attire plus de la moitié de ces immigrants (53,9 %) et est suivie de Montréal avec 22,3 % (tableau 16).

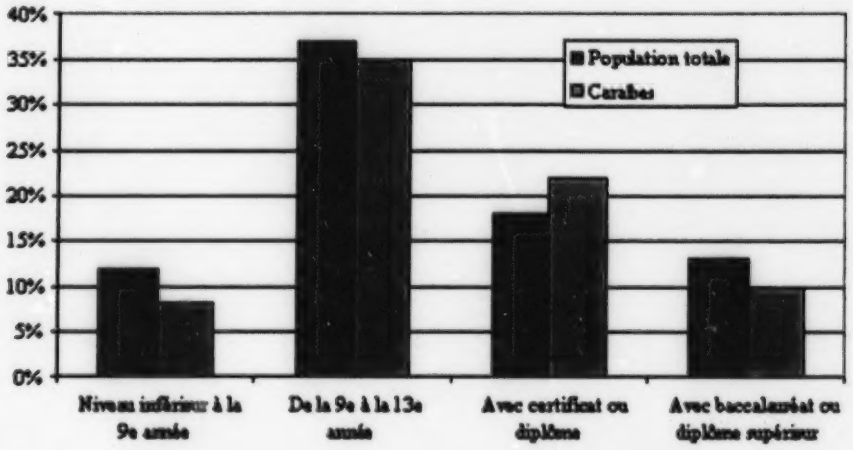
Tableau 16 Répartition urbaine des personnes originaires des Caraïbes

Province	Origine unique	Origines multiples	Total	%
Toronto	167 295	76 555	243 850	53,9
Vancouver	3 995	6 095	10 090	2,2
Montréal	82 285	18 735	101 020	22,3
Calgary	4 245	3 445	7 690	1,7
Edmonton	4 190	2 970	7 160	1,6
Ottawa-Hull	11 120	5 775	16 895	3,7
Autre	32 260	33 940	66 200	14,6
Total	305 390	147 515	452 805	100

4.5.2 Profil scolaire des immigrants originaires des Caraïbes

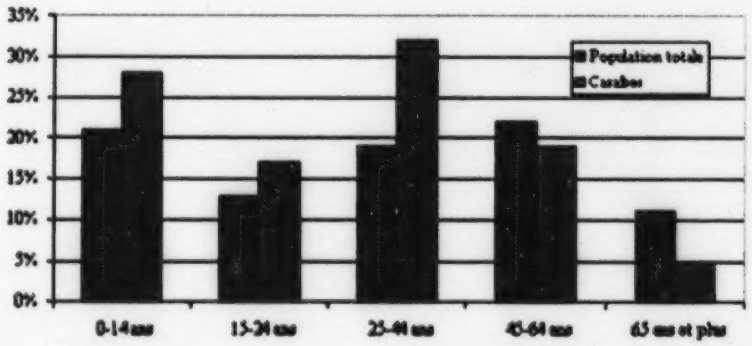
La proportion d'immigrants des Caraïbes qui possèdent un certificat ou un diplôme est plus élevée que celle de l'ensemble de la population; en ce qui a trait aux autres niveaux de scolarité toutefois, leur proportion est inférieure (figure 16).

Figure 16 Profil scolaire des immigrants originaires des Caraïbes au Canada, 1996



Les immigrants des Caraïbes sont plus jeunes que l'ensemble de la population (figure 17). Une proportion plus élevée de ces immigrants font partie des groupes d'âge inférieurs à 45 ans. À partir du groupe des 45 ans et plus, leur proportion est inférieure à celle de l'ensemble de la population.

Figure 17 Profil d'âge des immigrants originaires des Caraïbes au Canada, 1996



Return to:

- Résumé
- 1. Introduction

- 2. Immigration au Canada
- 3. Origines ethniques des Canadiens
- 5. Dépenses alimentaires des groupes ethniques
- 6. Mondialisation du marché canadien des aliments ethniques
- 7. Conclusion
- 8. Bibliographie

Mise à jour: 2001 10 15

Avis et avertissements importants

[English | Contactez-nous | Aide | Recherche | Site du Canada]
[AAC en direct | Liens | Salle de presse | Quoi de neuf | Index du site]

INCIDENCE DE L'IMMIGRATION SUR LE MARCHÉ DES ALIMENTS ETHNIQUES AU CANADA

5 DÉPENSES ALIMENTAIRES DES GROUPES ETHNIQUES

5.1 Enquête sur les dépenses alimentaires des groupes ethniques - échantillons

L'ensemble de données utilisé dans le présent chapitre est fondé sur une question tirée des Enquêtes sur les dépenses alimentaires des familles de 1986, 1992 et 1996. On a demandé aux ménages sondés de répondre à une question portant sur le lieu de naissance du chef du ménage. On a ensuite regroupé les réponses à cette question selon les origines géographiques suivantes : Canada et États-Unis (plus de 85 % au cours des trois enquêtes); Europe (10 % en 1986, 8 % en 1992 et en 1996); Asie (augmentation de 2,4 % à 3,8 %); Moyen-Orient, Asie occidentale et Afrique (augmentation à 1,3 % en 1996); Amérique du Sud et centrale, Caraïbes et Bermudes (augmentation à environ 1,3 % en 1996) comme le montre le tableau 1.

Tableau 1 Lieu de naissance *(pourcentage)*

Pays d'origine	1986	1992	1996
Canada et États-Unis	85,9	86,8	85,5
Europe	10,1	8,2	8
Asie	2,4	2,5	3,8
Moyen-Orient, Asie occidentale et	0,6	1	1,3
Amérique du Sud et centrale, Caraïbes et Bermudes	0,9	1,5	1,3
Non déclaré	0,1	0	0,1

L'échantillon de chacune des trois enquêtes se composait au total de 10 000 ménages. À l'exception des ménages d'origine canadienne et américaine établis depuis longtemps, la taille des échantillons des sous-groupes était restreinte. On a établi des sous-groupes dans le cas de l'Europe (3) et de l'Asie (3). Chacun des ménages sondés dans ces sous-groupes ethniques était dirigé par un immigrant de première génération (mais pas nécessairement par un nouvel immigrant).

Les ménages composés d'immigrants de première génération venant de l'Europe ont été séparés en trois groupes : Europe du Nord (y compris le Royaume-Uni, l'Allemagne, la Norvège, la Suède, le Benelux, la France et la Suisse); Europe du Sud (Italie, Grèce, Espagne, Yougoslavie, Bosnie, Serbie, Slovénie [ces trois derniers pays ont été inclus seulement en 1992 et en 1996]); et Europe de l'Est (Pologne, Bulgarie, République tchèque [et ses successeurs], Roumanie, URSS [et ses États successeurs], et Hongrie). La taille des échantillons de l'Europe du Nord équivaut au triple de la taille des échantillons de chacun des deux autres groupes. À l'exception de l'Europe de l'Est, la taille des échantillons diminue d'une enquête à l'autre, car l'immigration à partir de l'Europe a diminué en raison de l'accroissement des revenus et de la prospérité en Europe. L'augmentation du nombre de ménages d'immigrants de première génération venant de l'Europe de l'Est est peut-être attribuable à la désintégration de l'ancienne URSS.

Les données relatives à l'Asie peuvent être séparées en trois sous-groupes : Chine et Asie de l'Est, y compris Hong Kong, le Japon, la Corée et Taïwan. Le deuxième groupe en importance se compose d'immigrants de première génération venant de l'Asie du Sud-Est, y compris la Malaisie, Singapour, la Thaïlande et le Vietnam. Le plus petit groupe est celui du sous-continent indien, qui comprend le Sri Lanka.

L'enquête a permis de recueillir des données sur un ensemble restreint de ménages d'immigrants de première génération venant du Moyen-Orient, de la Turquie et de tous les pays d'Afrique. En outre, tous les ménages originaires de l'Amérique du Sud, de l'Amérique centrale et des Caraïbes forment un autre petit groupe. Ces regroupements très différents, qui rassemblent des pays répartis sur de vastes régions, ne représentent pas des populations homogènes sur les plans culturel, religieux ou linguistique, ni des ensembles de caractéristiques uniformes en matière de dépenses alimentaires.

Tableau 2 Taille des ménages, cohortes et quatre groupes ethniques

Année	Canada	Asie	Europe	Amérique du Sud et centrale	Moyen-Orient
1986	2,62	3,3	2,69	3,07	3,23
1992	2,58	3,46	2,61	2,86	2,74
1996	2,54	3,52	2,5	3,18	3,05

Le tableau 2 indique que la taille des ménages a augmenté seulement chez les immigrants asiatiques au cours de la période visée et a diminué seulement chez les immigrants d'origine européenne. Les tendances qui sont remarquables dans le tableau 2 sont la taille importante et croissante des ménages d'immigrants asiatiques et la taille relativement petite et décroissante des ménages des résidents de longue date et des Européens.

La structure et le revenu des ménages déterminent le niveau de dépenses par habitant. Le tableau 3 indique la répartition par âge en pourcentage des cinq groupes, ainsi que la façon dont cette répartition a changé au cours des trois années d'enquête.

Comme l'indique le tableau 3, les ménages asiatiques comptaient le plus grand nombre de membres dans la plage d'âge des 15 à 64 ans, les « gros mangeurs ». Parmi les ménages asiatiques, de 68 à 71 % des familles se situaient dans cette catégorie lors des trois enquêtes. La moyenne des trois autres groupes atteignait environ 67 %. Les ménages européens comptaient la plus grande proportion de membres ayant plus de 65 ans, et cette proportion s'accroît au fil du temps. En général, tous les groupes ethniques sont vieillissants.

Tableau 3 Répartition des ménages par âge (%)

Plage d'âge	Canada et États-Unis	Asie	Europe	Amérique du Sud et centrale	Moyen-Orient
1986					
Moins de 5 ans	8	7,8	3,7	10,1	8,4
Entre 5 et 15	15,7	19,1	16	20,9	19,8
Entre 16 et 64	67,2	68,2	66,9	67,4	67,2
Plus de 65	9,2	4,9	13,4	1,6	4,6
1992					
Moins de 5 ans	6,9	7,5	3,1	11,5	13,1
Entre 5 et 15	15,9	16,8	13,4	16,1	16,8
Entre 16 et 64	66,7	70,2	66,7	67,1	68,6
Plus de 65	10,7	5,5	16,9	5,2	1,8
1996					
Moins de 5 ans	5,9	6,8	4,8	9,8	13,4
Entre 5 et 15	13,8	15,6	10	17,1	16,4
Entre 16 et 64	68,1	71,9	67,2	68,8	65,9
Plus de 65	11,8	5,7	18	4,3	4,3

5.2 Dépenses alimentaires

Dans le tableau 4, la seule tendance évidente est l'augmentation des dépenses par habitant des cohortes établies et des ménages d'immigrants venant du Moyen-Orient. Les trois autres groupes ont engagé les dépenses par habitant les plus élevées en 1992.

Tableau 4 Dépenses alimentaires hebdomadaires moyennes par habitant (en dollars)

Année	Canada	Asie	Europe	Amérique du Sud et centrale	Moyen-Orient
1986	33,8	36	35,8	30,3	33,6
1992	42,1	39,5	45,6	36,1	38,6
1996	43,4	39	44,7	34,3	40,9

Le calcul des dépenses alimentaires hebdomadaires par habitant repose sur l'hypothèse selon laquelle tous les membres de la famille ont le même pouvoir d'achat et consomment la même quantité de nourriture. Lorsque l'on calcule les dépenses alimentaires par habitant pour 1986, les dépenses moyennes par habitant sont le plus élevées (36 $) chez les ménages d'immigrants asiatiques. En 1992, les dépenses par habitant étaient le plus élevées chez les ménages d'immigrants européens. Dès 1996, les dépenses moyennes par habitant étaient le plus élevées chez les ménages de taille inférieure des familles établies et des immigrants

européens.

5.2.1. Dépenses alimentaires engagées dans les magasins et les restaurants

Les dépenses alimentaires hebdomadaires peuvent être divisées en deux grands segments : aliments achetés au magasin, et repas achetés au restaurant. Les achats d'aliments effectués dans les magasins peuvent être subdivisés en fonction des dépenses réalisées dans les supermarchés, les magasins spécialisés, les dépanneurs et d'autres magasins. Les repas achetés au restaurant peuvent être divisés en fonction de l'heure du jour. On peut examiner les dépenses alimentaires hebdomadaires sous l'angle des valeurs absolues, des calculs par habitant, et des parts en pourcentage. Chacune de ces mesures comporte des avantages et des coûts.

De 1992 à 1996, les sommes consacrées par habitant à l'achat d'aliments pour consommation chez soi sont demeurées stables chez les ménages d'immigrants européens et asiatiques. Les dépenses par habitant réalisées dans les restaurants étaient très faibles chez les personnes originaires de l'Amérique du Sud et centrale (6,44 $), et se rapprochaient chez les Européens (12,26 $), les Asiatiques (12,73 $) et les ménages établis (13,01 $), comme l'indique le tableau 5.

Tableau 5 Aliments achetés au magasin et repas achetés au restaurant par habitant (dollars)

	Réponses uniques	Réponses multiples	Total des réponses
Canadien	5 326 995	3 479 285	8 806 275
Anglais	2 048 275	4 783 820	6 832 095
Français	2 665 250	2 932 595	5 597 845
Écossais	642 970	3 617 870	4 260 840
Irlandais	504 030	3 263 580	3 767 610
Allemand	726 145	2 030 990	2 757 140
Italien	729 455	478 025	1 207 475
Origines autochtones	477 630	624 330	1 101 955
Ukrainien	331 680	964 790	1 026 475
Chinois	800 470	121 115	921 585
Hollandais (Néerlandais)	313 880	602 335	916 215
Polonais	265 930	520 805	786 735
Origines sud-asiatiques	590 145	133 200	723 345
Juif	195 801	155 900	351 705
Norvégien	47 805	298 500	346 310
Gallois	27 915	310 990	338 905
Portugais	252 640	82 470	335 110
Suédois	31 200	247 775	278 975
Russe	46 885	225 450	272 335
Hongrois	94 185	156 340	250 525
Philippin	198 420	44 460	242 880
Américain	22 085	189 705	211 790
Espagnol	72 470	131 895	204 360
Grec	144 940	58 405	203 345
Jamaïquain	128 570	60 200	188 770
Population totale	18 303 625	10 224 495	28 528 125

Le tableau 6 et le tableau 7 montrent comment les dépenses ont été réparties entre les aliments achetés au magasin pour consommation chez soi et les repas achetés au restaurant. En 1986, les familles établies ont effectué 72,6 % de leurs dépenses alimentaires hebdomadaires dans les magasins et 27,4 % dans les restaurants. Dès 1996, la part de dépenses réalisées dans les restaurants a diminué, en raison de la récession, ce qui a mis fin à la tendance à la hausse des dépenses liées aux repas pris à l'extérieur du foyer. En 1986, les familles asiatiques ont dépensé beaucoup moins d'argent dans les magasins et beaucoup plus d'argent dans les restaurants que les autres groupes, une habitude qui s'est poursuivie au fil des ans. La part des dépenses réalisées dans les restaurants par les familles asiatiques était 50 % plus élevée que celle des ménages d'immigrants européens. Ces immigrants asiatiques poursuivent la pratique consistant à aller au restaurant, qui est si répandue dans certaines régions de l'Asie.

Tableau 6 Aliments achetés au magasin et repas achetés au restaurant (%)

Origine	Canada	Ontario	Québec	Colombie-Britannique	Alberta
Caraïbes				14 510	16 610
Chinoise	921 585	422 775	55 875	312 335	9 813
Sud-asiatique	723 345	427 470	50 645	165 010	56 190
Moyen-Orientale	442 805	196 180	164 525	33 125	27 835
Amérique du Sud et centrale	187 330	82 405	56 335	22 855	17 455
Autre	25 810 255	9 214 235	6 610 130	3 141 920	2 451 297
Population totale	28 528 125	10 642 790	7 045 080	3 689 755	2 699 195

Tableau 7 Aliments achetés au magasin et repas achetés au restaurant (dollars)

Province	Origine unique	Origine multiple	Total	%
Ontario	365 420	57 355	422 775	45,9
Colombie-Britannique	280 585	31 750	312 335	33,9
Québec	47 095	8 780	55 875	66,1
Alberta	8 328	1 485	9 813	1
Autre	99 042	21 745	120 787	13,1
Total	800 470	121 115	921 585	100

La seule tendance qui ressort du tableau 6 (parts en pourcentage des dépenses réalisées dans les magasins et les restaurants) est la part croissante des dépenses engagées dans les restaurants par les immigrants d'origine asiatique. Le tableau 7 présente le même ensemble de données, mais indique les valeurs monétaires des dépenses engagées dans les magasins et les restaurants.

La structure des achats effectués dans les magasins, qui est présentée sous forme de parts en pourcentage dans le tableau 8, indique que les achats effectués dans les supermarchés étaient les plus importants chez tous les groupes au cours des trois années d'enquête. Le tableau montre en outre qu'en 1986, les immigrants du Moyen-Orient ont engagé une moins grande part de leurs dépenses alimentaires dans les supermarchés et une plus grande part dans les magasins spécialisés que les autres groupes; venaient ensuite les immigrants de l'Asie. Parmi tous les groupes d'immigrants, ceux de l'Europe ont effectué la plus grande part de leurs dépenses au magasin dans les supermarchés au cours des trois années d'enquête. Les éléments qui ressortent du tableau 8 sont les parts de dépenses continuellement peu élevées que les ménages du Moyen-Orient engagent dans les supermarchés, et les parts généralement élevées des dépenses effectuées dans les supermarchés par les ménages européens, les parts élevées des dépenses que les ménages immigrants de l'Amérique du Sud et de l'Amérique centrale engagent dans les supermarchés, et le niveau continuellement élevé des dépenses que les groupes du Moyen-Orient réalisent dans les magasins spécialisés.

Tableau 8 Aliments achetés au magasin, selon le genre de magasin (%)

Ville	Origine unique	Origines multiples	Total	%
Toronto	317 205	42 245	359 450	39
Vancouver	264 202	24 575	288 795	31,3
Montréal	43 865	7 265	51 130	5,5
Calgary	41 270	7 635	48 905	5,3
Edmonton	36 790	5 360	42 150	4,6
Ottawa-Hull	17 950	3 940	21 890	2,4
Autre	79 170	30 095	109 265	11,9
Total	800 470	121 115	921 585	100

Tableau 9 Repas achetés au restaurant, selon l'heure du jour (%)

1986					
	Canada	Asie	Europe	Amérique du Sud et centrale	Moyen-Orient
Restaurants					
Déjeuners	6,7	5	6,2	7,9	-
Dîners	31,7	37,9	34	34,5	40,9
Soupers	50,5	51,3	49,3	49,7	47,6
Collations entre les repas	11,1	5,8	10,5	7,9	-
1992					
	Canada	Asie	Europe	Amérique du Sud et centrale	Moyen-Orient
Restaurants					
Déjeuners	8,1	5,3	7,1	2,9	8,3
Dîners	31,3	43,4	30,4	35,7	38,8
Soupers	50,7	45,5	52,5	44,6	42,5
Collations entre les repas	9,9	5,7	9,9	16,9	10,4
1996					
	Canada	Asie	Europe	Amérique du Sud et centrale	Moyen-Orient
Restaurants					
Déjeuners	8,4	4,9	6,6	10,2	11,6
Dîners	31,3	37,9	32,3	31,3	28
Soupers	50,4	51,8	51,5	51,3	54,2
Collations entre les repas	10	5,4	9,7	7,3	6,2

Le tableau 9, qui illustre les repas achetés au restaurant selon l'heure du jour, indique que tous les groupes ont affecté la plus grande part de leurs dépenses aux soupers au cours des trois années d'enquête; venaient ensuite les dîners. Les dépenses consacrées aux dîners par les immigrants d'origine asiatique en 1992 se rapprochaient des dépenses consacrées aux soupers. Aucune tendance bien définie n'a été dégagée quant aux parts de dépenses que l'un ou l'autre des groupes a consacrées à l'une ou l'autre des catégories de repas. La part totale des dépenses affectées aux dîners et aux soupers était plus élevée chez les immigrants asiatiques que chez tout autre groupe (environ 89 %), tandis qu'elle était constamment faible chez les immigrants européens (83 %). Les ménages établis et les immigrants européens étaient les plus susceptibles de prendre des collations, et les Asiatiques étaient les moins susceptibles de le faire.

5.2.2 Répartition en pourcentage des dépenses alimentaires que les ménages ont consacrées aux principaux groupes d'aliments

La répartition en pourcentage des dépenses alimentaires des ménages fait abstraction de la taille des familles et de la structure par âge des familles. En outre, la répartition en pourcentage nous permet de découvrir comment les groupes familiaux répartissent leurs dépenses totales entre les principales catégories de dépenses et entre les groupes d'aliments.

Les groupes d'immigrants qui affectaient généralement la plus grande part de leurs dépenses alimentaires hebdomadaires à la viande au cours des trois périodes d'enquête étaient les groupes asiatiques; ils étaient habituellement suivis des ménages d'immigrants de l'Amérique du Sud, de l'Amérique centrale et des Caraïbes. Toutefois, les parts de dépenses affectées à la viande ont diminué au fil du temps, passant en moyenne de 27 % à 22 %.

La deuxième plus importante part des dépenses alimentaires était affectée aux produits laitiers et aux oeufs. Les dépenses des immigrants européens étaient les plus élevées. Cette situation s'est poursuivie au cours des trois années d'enquête. Les parts de dépenses affectées aux produits céréaliers et de

Tableau 10 Résumé comparatif des parts de dépenses, par principal groupe ethnique 1986, 1992, 1996 (%)

	Canada et États-Unis	Asie	Europe	Amérique latine et centrale	Moyen-Orient
Catégorie d'aliments, 1986					
Viande	25.4	27.4	25.9	29.1	15.5

Poisson	2,9	7,4	3,6	4,7	
Produits laitiers et oeufs	18	13,7	18,4	16,5	14,8
Produits céréaliers et de boulangerie	13,5	11,9	12,7	11,5	12,2
Fruits et noix	10,6	13,1	12,8	12,9	19,2
Légumes	9	10,4	9,1	9,1	10,4
Condiments, épices et vinaigre	2,7	2,2	2	2	2,2
Sucre et produits à base de sucre	2,6	1,9	1,8	1,7	1,6
Café et thé	2,9	1,7	3,1		
Corps gras et huiles	1,6	1,4	1,5	1,5	
Autres aliments et préparations alimentaires	6,8	5,4	5,4	5,3	4,1
Boissons non alcoolisées	4	3,6	3,7	4,2	3,1

Catégorie d'aliments, 1992

Viande	23,4	26,1	24,5	26,1	23,2
Poisson	2,9	7,8	4,3	4,8	4,8
Produits laitiers et oeufs	16,8	12,2	16,3	14,1	15,1
Produits céréaliers et de boulangerie	15,2	13,2	14,2	13,2	13,8
Fruits et noix	10,6	13,3	12,5	14,1	14,7
Légumes	9,4	10,2	9,5	10,3	12,7
Condiments, épices et vinaigre	3	2,2	2,4	2,3	1,9
Sucre et produits à base de sucre	3	1,9	2,5	1,8	2
Café et thé	1,8	1,4	2	1,5	
Corps gras et huiles	1,3	1,2	1,4	1,5	1,6
Autres aliments et préparations alimentaires	7,8	6,5	6,2	6,4	5,1
Boissons non alcoolisées	4,8	4	4,3	4	4

Catégorie d'aliments, 1996

Viande	21,9	22,6	21,7	22,4	22,6
Poisson	2,7	8	3,7	7,5	5,3
Produits laitiers et oeufs	16,2	12,1	16,2	14,2	14,8
Produits céréaliers et de boulangerie	15,9	13,9	15	15,1	13,5
Fruits et noix	10,7	13,4	12,5	13,1	15,2
Légumes	9,2	11,5	10,4	10,3	11,8
Condiments, épices et vinaigre	2,9	2,1	2,3	1,7	2,2
Sucre et produits à base de sucre	3,3	2,5	2,3	2,3	2,1
Café et thé	2,1	1,2	2,4	1,2	1,5
Corps gras et huiles	1,4	1,5	1,9	1,4	1,7
Autres aliments et préparations alimentaires	9	7,2	6,9	6,3	5,7

boulangerie ont augmenté dans l'ensemble, passant de 12 % à 14 % des dépenses totales; les parts des immigrants de l'Europe ont marqué l'augmentation la plus élevée.

Les parts de dépenses affectées aux fruits et aux noix représentent la plus importante catégorie de dépenses suivante. Les groupes du Moyen-Orient et de l'Afrique, qui présentent des différences géographiques et culturelles, étaient les plus grands consommateurs de fruits et légumes, tant frais que transformés.

En 1986, les groupes asiatiques ont affecté une plus grande part de leurs dépenses alimentaires à l'achat de poisson et de légumes que les autres groupes. Les immigrants européens ont affecté une plus grande proportion de leurs dépenses aux produits laitiers et aux oeufs, ainsi qu'aux produits céréaliers et de boulangerie que tout autre groupe. Les immigrants du Moyen-Orient ont consacré une plus grande part de leurs dépenses aux fruits et légumes et une moins grande part à la viande que les autres groupes.

En 1992, les groupes asiatiques ont de nouveau affecté une plus grande part de leurs dépenses alimentaires à l'achat de poisson que les autres groupes. Les immigrants de l'Amérique du Sud et des Caraïbes ont consacré une plus grande part de leurs dépenses alimentaires à l'achat de viande que tout autre groupe. Les ménages d'immigrants du Moyen-Orient ont consacré une plus grande part de leurs dépenses aux fruits, aux noix et aux légumes et une moins grande part à la viande que les autres.

Dès 1996, les immigrants de l'Asie consacraient une part un peu plus grande de leurs dépenses hebdomadaires à la viande que les immigrants du Moyen-Orient. Les parts de dépenses des groupes du Moyen-Orient ont augmenté en raison de l'achat de boeuf, et celles des groupes de l'Asie ont augmenté en raison de l'achat de porc. Les parts de dépenses que les groupes européens ont affectées aux produits de boulangerie étaient plus élevées que celles de chacun des autres groupes, mais les parts de dépenses qu'ils ont affectées aux céréales étaient inférieures à celles des autres groupes. Les immigrants de l'Asie étaient suivis de près par les immigrants de l'Amérique du Sud et centrale pour ce qui est des dépenses consacrées au poisson, et les dépenses qu'ils ont affectées à l'achat de porc étaient les plus élevées.

5.3 Caractéristiques des dépenses alimentaires des principaux groupes ethniques

5.3.1. Groupes asiatiques

On peut diviser les données relatives aux groupes asiatiques en trois sous-groupes : Chine et Asie de l'Est, y compris Hong Kong, le Japon, la Corée et Taïwan. On relève un degré raisonnable d'homogénéité au sein de ce groupe sur les plans du mode de vie et des pratiques religieuses, et une certaine uniformité dans le choix des aliments. Le deuxième groupe en importance se composait d'immigrants de première génération de l'Asie du Sud-Est, et comprenait la Malaisie, Singapour, la Thaïlande et le Vietnam. Le plus petit groupe était celui du sous-continent indien, qui comprenait le Sri Lanka.

Ces groupes ont tous tendance à consommer des aliments achetés auprès de vendeurs ambulants et à aller au restaurant. Nous avons déjà relevé cette tendance dans le tableau 6 et nous remarquons maintenant dans le tableau 11 qu'elle est surtout répandue chez les groupes originaires de la Chine et de l'Asie de l'Est. Le tableau indique que cette tendance s'intensifie et atteignait près de 44 % en 1996. Les familles du sous-continent indien consomment généralement moins d'aliments achetés auprès de vendeurs ambulants que les autres, mais la part des dépenses affectées aux repas pris à l'extérieur du foyer augmente. Les parts de dépenses engagées dans les restaurants ne sont pas fonction du revenu : en fait, les familles d'immigrants du sous-continent indien enregistraient habituellement le revenu le plus élevé avant déduction de l'impôt, mais elles ne le dépensaient pas dans les restaurants.

Les familles de la Chine et de l'Asie de l'Est affectaient une part de plus en plus élevée de leurs dépenses aux achats dans les supermarchés; dès 1992, et jusqu'en 1996, les familles de l'Asie du Sud-Est ont affecté une part moins élevée de leurs dépenses alimentaires aux achats dans les supermarchés que les autres groupes. En 1996, les ménages de l'Asie du Sud-Est avaient tendance à faire leurs achats dans les magasins d'alimentation spécialisés, et les ménages du sous-continent indien avaient tendance à faire leurs achats dans les « autres magasins », probablement dans les magasins de grande surface. Ces préférences sont présentées dans le tableau 12 ci-dessous.

Tableau 11 Aliments achetés au magasin et repas achetés au restaurant pour l'ensemble des groupes de l'Asie (pourcentage des dépenses alimentaires hebdomadaires des ménages)

Année	Ensemble des		Chine et Asie de l'Est	
	Magasin	Restaurant	Magasin	Restaurant
1986	69,7	30,3	64,1	35,9
1992	67,7	32,4	59,5	40,5
1996	67	33	56,1	43,9
	Asie du Sud-Est		Inde-Pakistan	
	Magasin	Restaurant	Magasin	Restaurant
1986	77,9	22,1	80,1	20
1992	67,7	30	77,9	22,1
1996	76,5	23,5	76,3	23,7

Tableau 12 Aliments achetés au magasin, selon le genre de magasin, des sous-groupes asiatiques (%)

	1986				1992				1996			
Pays	Supermarchés	Magasins d'alimentation spécialisés	Dépanneurs	Autres magasins	Supermarchés	Magasins d'alimentation spécialisés	Dépanneurs	Autres magasins	Supermarchés	Magasins d'alimentation spécialisés	Dépanneurs	Autres magasins
Asie	66,2	18,5	4	11,3	70,3	14,8	5	10	72,8	14,2	3,1	9,9
Chine et Asie de l'Est	62,9	21,9	5	10,5	70,7	13	3	13,2	73,2	16,4	2,7	7,7
Asie du Sud-Est	77,5		3	12,4	66,2	21,7	7	6,2	71,9	15,3	2,8	9,9
Sous-continent indien	65,3	19,3			77,5			11,7	73,4	9,5	3,9	13

L'examen du tableau 13 présenté ci-dessous, qui illustre la répartition en pourcentage des dépenses alimentaires totales que les sous-groupes asiatiques ont affectées aux aliments consommés chez soi, indique que les ménages d'immigrants de première génération de la Chine et de l'Asie de l'Est, et de l'Asie du Sud-Est consacraient généralement plus du quart des dépenses alimentaires qu'ils effectuaient au magasin à l'achat de viande. Par contraste, les ménages immigrants du sous-continent indien ont consacré seulement le cinquième de leurs dépenses à ces achats au cours des deux premières périodes d'enquête et cette part a chuté et a atteint un niveau beaucoup plus bas en 1996. En général, le boeuf représentait les dépenses les plus élevées dans la catégorie de la viande, mais les parts diminuent chez les trois groupes au fil du temps et ont diminué de 50 % chez le sous-groupe du continent indien. Nous ne disposons pas de données suffisantes concernant les dépenses liées à l'achat de porc, pour formuler des observations à ce chapitre. Les parts affectées à la volaille sont demeurées relativement élevées au fil du temps.

En général, viennent ensuite en ordre d'importance parmi les dépenses effectuées au magasin, celles qui étaient affectées aux

fruits de toutes sortes ainsi qu'aux produits céréaliers et de boulangerie. L'achat de fruits de toutes sortes est un effet prévu en ce qui concerne les immigrants venant de climats tropicaux et subtropicaux où les fruits sont facilement accessibles tout au long de l'année. Les parts élevées des dépenses consacrées aux produits céréaliers et de boulangerie ont augmenté principalement en raison de la consommation de riz par les groupes de l'Asie de l'Est et du Sud-Est. Les parts consacrées aux produits céréaliers et de boulangerie se situaient de manière relativement constante à 13 %; nous n'avons relevé que des différences marginales entre les groupes et nous n'avons décelé aucune tendance à la hausse ou à la baisse.

Tableau 13 Résumé comparatif des parts, sous-groupes asiatiques, principales catégories d'aliments, 1986, 1992, 1996 (%)

	Asie	Chine et Asie de l'Est	Asie du Sud-Est	Inde-Pakistan
Catégorie d'aliments, 1986				
Viande	27,4	29,4	29,1	20,9
Poisson	7,4	8,5	5,8	5,8
Produits laitiers et oeufs	13,7	11,1	13	20,6
Produits céréaliers et de boulangerie	11,9	11,3	12,3	12,9
Fruits et noix	13,1	12,9	13,8	13,1
Légumes	10,4	10,7	8,9	10,6
Condiments, épices et vinaigre	2,2	2	2,2	2,7
Sucre et produits à base de sucre	1,9	1,8	2,2	1,8
Café et thé	1,7	1,7		
Corps gras et huiles	1,4			2,3
Autres aliments et préparations alimentaires	5,4	6,1	5,1	4,1
Boissons non alcoolisées	3,6	3,3	4,4	3,7
Catégorie d'aliments, 1992				
Viande	26,1	27,2	29,9	20,7
Poisson	7,8	8,9	9,5	
Produits laitiers et oeufs	12,2	9,6	11	17,9
Produits céréaliers et de				

boulangerie	13,2	13,1	14,3	12,6
Fruits et noix	13,3	13,6	12,5	15
Légumes	10,2	10,9	9,4	11,1
Condiments, épices et vinaigre	2,2	2,4	2,1	
Sucre et produits à base de sucre	1,9	2,1	2	
Café et thé	1,4			
Corps gras et huiles	1,2	1,8		
Autres aliments et préparations alimentaires	6,5	6,3	7,5	5,5
Boissons non alcoolisées	4	2,9	3,8	6,9
Catégorie d'aliments, 1996				
Viande	22,6	26,2	23,7	15,9
Poisson	8	10,4	8,2	4,2
Produits laitiers et oeufs	12,1	8,5	12,1	17,4
Produits céréaliers et de boulangerie	13,9	13,4	14,1	14,4
Fruits et noix	13,4	13,1	13,4	13,8
Légumes	11,5	11,5	10,2	13,3
Condiments, épices et vinaigre	2,1	1,3	2,5	2,7
Sucre et produits à base de sucre	2,5	2	2,3	3,4
Café et thé	1,2	1,3	1,1	
Corps gras et huiles	1,5	1,1	1,5	2,1
Autres aliments et préparations alimentaires	7,2	7,4	7	7,2
Boissons non alcoolisées	4	3,7	4,2	4,3

La consommation continuellement élevée de produits laitiers par les immigrants du sous-continent indien fait figure d'exception à cette tendance à la stabilité des parts de dépenses. Dès 1996, les parts des dépenses affectées aux produits laitiers dépassaient les parts des dépenses consacrées à la viande. Ces ménages ont aussi tendance à éviter de consommer du porc, pour des motifs d'ordre religieux. Les légumes, frais et transformés (surtout les légumes frais) constituent l'autre composante importante des régimes alimentaires des trois groupes, dépassant les 10 % et

augmentant au cours des trois années d'enquête. La consommation de poisson varie grandement, atteignant un sommet de 10 % (Chine et Asie du Sud) et aussi peu que 4 % (sous-continent indien).

5.3.2 Groupes européens

Nous avons séparé les ménages d'immigrants de première génération de l'Europe en trois groupes : Europe du Nord (Royaume-Uni, Allemagne, Finlande, Islande, Norvège, Suède, Danemark, Autriche, Benelux, France et Suisse), Europe du Sud (Italie, Albanie, Grèce, Malte, Portugal, Espagne, Yougoslavie, Bosnie, Serbie, Slovénie [ces trois derniers pays ont été inclus seulement en 1992 et en 1996]) et Europe de l'Est (Pologne, Bulgarie, République tchèque [et ses successeurs], Estonie, Roumanie, URSS [et ses États successeurs], Hongrie et les pays baltes). La culture de ces groupes est peu homogène. La taille des échantillons du Nord de l'Europe équivaut au triple de la taille des échantillons de chacun des deux autres groupes. Sauf pour ce qui est de l'Europe de l'Est, la taille des échantillons a diminué au cours de la période, à mesure que l'immigration en provenance de l'Europe a diminué en raison de l'augmentation des revenus et de la prospérité en Europe. L'augmentation du nombre de ménages d'immigrants de première génération de l'Europe de l'Est est peut-être attribuable à la désintégration de l'ancienne URSS; l'augmentation de l'immigration en provenance de la Yougoslavie, qui est déchirée par la guerre, deviendra évidente seulement après 1996.

La taille des ménages a diminué au cours des trois périodes, passant d'une moyenne d'environ 2,7 membres en 1986 à 2,5 en 1996 (tableau 2), sauf pour ce qui est des ménages d'immigrants de première génération de l'Europe de l'Est. Les dépenses alimentaires hebdomadaires totales ont atteint un sommet en 1992 (tableau 4, tableau 7), sauf en ce qui concerne les ménages d'immigrants de l'Europe de l'Est, dont les dépenses ont augmenté de façon constante au cours des trois années d'enquête.

Pour ce qui est des pourcentages, les parts de dépenses que les groupes de l'Europe du Sud et de l'Est ont affectées aux aliments consommés chez soi dépassaient de beaucoup les 75 %; les parts des dépenses des Européens du Nord à cet égard étaient légèrement inférieures. Les parts consacrées à l'achat de repas au restaurant (la contrepartie des aliments achetés au magasin) étaient donc relativement faibles, sauf chez les Européens du Nord. Ces relations sont présentées ci-dessous dans le tableau 14.

Tableau 14 Aliments achetés au magasin et repas achetés au restaurant, pour tous les groupes de l'Europe (%)

Année	Europe		Europe du Nord	
	Magasin	Restaurant	Magasin	Restaurant
1986	78,5	21,6	74,9	25,1
1992	73,1	26,9	69,2	30,8
1996	77,1	22,9	72,2	27,8
	Europe du Sud		Europe de l'Est	
	Magasin	Restaurant	Magasin	Restaurant
1986	83,9	16,1	83,3	16,7
1992	78,6	21,4	79,2	20,8
1996	83	17	81,7	18,3

Nous n'avons relevé aucune tendance bien définie et aucune différence importante (alors que cela avait été le cas en ce qui concerne les habitudes de magasinage des groupes asiatiques) quant à la structure des dépenses effectuées dans les magasins et les restaurants. Les gens ont manifesté une préférence marquée pour les achats dans les supermarchés, qui s'est accrue au fil du temps (mais nous avons relevé une petite diminution des parts consacrées à ces achats par les groupes de l'Europe de l'Est), tel qu'indiqué ci-dessous dans le tableau 15.

Tableau 15 Aliments achetés au magasin, selon le genre de magasin, sous-groupes européens (%)

	1986				1992				1996			
	Supermarchés	Magasins d'alimentation spécialisés	Dépanneurs	Autres magasins	Supermarchés	Magasins d'alimentation spécialisés	Dépanneurs	Autres magasins	Supermarchés	Magasins d'alimentation spécialisés	Dépanneurs	Autres magasins
Europe	77,7	11,9	3,7	6,8	77,4	11,6	3,1	8	80,7	10,6	2,1	6,6
Europe du Nord	79,7	10,9	4	5,4	78,6	10,2	3,4	7,9	82,9	8,7	2,4	6
Europe du Sud	72,7	12,8	3,9	11	75,3	12,8	2,7	9,2	79,5	11,4	2	7,2
Europe de l'Est	79,2	13,5	2,7	5,2	76,7	14,3	3,1	6	77,3	14	1,4	7,4

Pour ce qui est des préférences alimentaires, les trois groupes européens affectaient plus d'un cinquième de leurs dépenses à l'achat de viandes de toutes sortes dès 1996; cependant, cela représentait une réduction par rapport à 1986 alors que le quart des dépenses étaient affectées à ces achats. Les données indiquent clairement que les gens achètent moins de boeuf. Il se peut qu'ils achètent désormais de la volaille; il est également possible que les gens remplacent le boeuf par le porc et il est clair que les ménages d'immigrants de l'Europe du Sud et de l'Europe

de l'Est manifestent une préférence soutenue pour les viandes préparées et plus particulièrement le jambon cuit et la saucisse (mais pas la saucisse de Bologne ni la saucisse fumée). Nous n'avons relevé aucune tendance bien définie quant aux parts de dépenses que les trois groupes affectent à l'achat de poisson; le poisson frais dominait la catégorie, et les parts atteignaient un peu moins de 4 %.

Tableau 16 Résumé comparatif des parts, sous-groupes européens, principales catégories d'aliments, 1986, 1992, 1996 (%)

	Europe	Europe du Nord	Europe du Sud	Europe de l'Est
Catégorie d'aliments, 1986				
Viande	25,9	24,4	28,1	28,6
Poisson	3,6	3,7	3,8	3,1
Produits laitiers et oeufs	18,4	19,2	16,6	19
Produits céréaliers et de boulangerie	12,7	13,2	12,1	11,6
Fruits et noix	12,8	11,5	14,3	15,1
Légumes	9,1	9,1	9,3	8,9
Condiments, épices et vinaigre	2	2,4	1,3	1,8
Sucre et produits à base de sucre	1,8	2,2	1,1	1,5
Café et thé	3,1	3,5	2,5	2,5
Corps gras et huiles	1,5	1,6	1,2	1,5
Autres aliments et préparations alimentaires	5,4	6,1	5,1	3,6
Boissons non alcoolisées	3,7	3,5	4,6	2,9
Catégorie d'aliments, 1992				
Viande	25,5	22,9	26,6	25,9
Poisson	4,3	3,9	5,1	3,9
Produits laitiers et oeufs	16,3	17	14,8	16,4
Produits céréaliers et de boulangerie	14,2	15,3	13,1	12,3
Fruits et noix	12,5	11,5	13,6	14,2
Légumes	9,5	9,4	9,2	10,2

Condiments, épices et vinaigre	2,4	2,7	1,7	2,6
Sucre et produits à base de sucre	2,5	2,9	2,1	1,8
Café et thé	2	2,2	1,6	2,3
Corps gras et huiles	1,4	1,3	1,6	1,2
Autres aliments et préparations alimentaires	6,2	6,9	5,1	5,7
Boissons non alcoolisées	4,3	3,9	5,4	3,8
Catégorie d'aliments, 1996				
Viande	21,7	20,1	23,3	23
Poisson	3,7	3,6	3,8	3,9
Produits laitiers et oeufs	16,2	16,5	15,5	16,5
Produits céréaliers et de boulangerie	15	16,2	13,7	14,2
Fruits et noix	12,5	11,5	13,4	13,5
Légumes	10,4	9,5	11,2	11,3
Condiments, épices et vinaigre	2,3	2,4	2,4	2
Sucre et produits à base de sucre	2,3	3,1	2,1	2,9
Café et thé	2,4	2,8	2	2,1
Corps gras et huiles	1,9	1,4	2,5	2
Autres aliments et préparations alimentaires	6,9	8,8	5,4	4,8
Boissons non alcoolisées	4,3	4,1	4,7	4,1

La plus importante part suivante a été affectée aux produits laitiers. Les dépenses des groupes de l'Europe du Nord dominaient les sous-groupes, les parts affectées aux produits laitiers par les trois groupes diminuent lentement au fil du temps. La plupart de ces dépenses étaient affectées à l'achat de fromage et dans cette catégorie, le choix se portait sur « autre fromage » plutôt que sur le cheddar. Les dépenses affectées à l'achat de lait liquide ont diminué, et les dépenses consacrées à l'achat de lait à basse teneur en matières grasses ont aussi diminué.

Nous avons relevé une augmentation assez importante des dépenses affectées aux produits céréaliers et de boulangerie par les trois groupes au fil du temps. En 1996, les immigrants de première génération de l'Europe du Nord ont consacré à ces produits plus de 16 % de leurs dépenses alimentaires pour consommation chez soi; le pain représentait constamment un achat important, tout comme les céréales pour petit déjeuner. Les pâtes alimentaires étaient importantes pour les immigrants du Sud de l'Europe.

Viennent ensuite en ordre d'importance les fruits et les préparations à base de fruits, et les fruits frais dominent cette catégorie. La part des dépenses a diminué légèrement, sauf chez les immigrants de l'Europe du Nord, don't les parts sont demeurées constantes. La part que les Européens du Nord ont consacrée aux fruits frais était moins élevée que celle des deux autres groupes. Les parts affectées aux légumes et aux légumes frais ont augmenté en général au fil du temps : dans le cas des ménages d'immigrants de l'Europe de l'Est, cette augmentation est très marquée.

Return to:

- Résumé
- 1. Introduction
- 2. Immigration au Canada
- 3. Origines ethniques des Canadiens
- 4. Profil de certains groupes ethniques
- 6. Mondialisation du marché canadien des aliments ethniques
- 7. Conclusion
- 8. Bibliographie

Mise à jour: 2001 10 15

Avis et avertissements importants

[English | Contactez-nous | Aide | Recherche | Site du Canada]
[AAC en direct | Liens | Salle de presse | Quoi de neuf | Index du site]

INCIDENCE DE L'IMMIGRATION SUR LE MARCHÉ DES ALIMENTS ETHNIQUES AU CANADA

6. MONDIALISATION DU MARCHÉ CANADIEN DES ALIMENTS ETHNIQUES

6.1 Situation actuelle

Les produits grand public sont créés pour répondre à une certaine demande, pour satisfaire une clientèle particulière et pour combler les besoins de ces clients. Compte tenu du nombre d'immigrants que compte le Canada à l'heure actuelle, il ne fait aucun doute que le marché des aliments ethniques joue un rôle prépondérant dans la dynamique du secteur agroalimentaire canadien. Si nous tenons compte uniquement des groupes étudiés dans le présent rapport, nous parlons de près de trois millions de personnes (2 732 150) à l'échelle du Canada (données de recensement de 1996). La plupart de ces personnes sont installées dans les grands centres urbains du Canada, plus particulièrement à Toronto, Vancouver, Montréal, Calgary et Edmonton. Pour comprendre l'importance de ce marché, nous pouvons utiliser les données issues des Enquêtes sur les dépenses alimentaires des familles, de Statistique Canada, pour avoir une idée de l'importance économique des consommateurs d'origine ethnique. Les dépenses alimentaires des cinq groupes de la population ethnique étudiés dans le présent rapport représentent plus de six milliards de dollars par année, ce qui comprend une somme dépassant les 400 millions de dollars qui est dépensée dans les magasins spécialisés (d'après les données de Statistique Canada, pour toutes les catégories examinées, les dépenses alimentaires hebdomadaires moyennes réalisées dans les magasins spécialisés atteignent 2,98 $ par personne).

Ce groupe qui compte près de trois millions de personnes crée une forte demande d'aliments et de produits alimentaires ethniques. En outre, le reste de la population commence à cultiver un goût marqué pour les aliments ethniques.

Toute stratégie visant à satisfaire cette clientèle doit tenir compte de la demande future. On peut donc s'attendre à une croissance du marché des aliments ethniques. En fait, alors que les données de 1991 citées dans les rapports antérieurs indiquent la taille de ce marché au Canada, les données de 1996 révèlent des chiffres encore plus élevés et nous pouvons supposer, sans trop nous avancer, que le prochain recensement révélera une croissance encore plus marquée. Plusieurs faits appuient cette conclusion. Premièrement, près de 200 000 nouveaux immigrants en moyenne par année, qui viendront principalement de l'Asie, de l'Afrique, des Caraïbes et de l'Amérique du Sud, continueront de s'installer dans les plus grandes villes du Canada. Comme ils viendront se joindre à ceux qui sont déjà établis au Canada, le nombre d'immigrants continuera d'augmenter, ce qui favorisera l'expansion du marché des aliments ethniques.

6.2 Facteurs qui influeront sur l'avenir du marché canadien des aliments ethniques

6.2.1 Immigrants

Sans aucun doute, le développement et la croissance du marché canadien des aliments ethniques sont principalement attribuables à la présence des immigrants en raison des aliments qu'ils demandent et qui favorisent la croissance des établissements de détail et de restauration. Au cours des années à venir, l'immigration continuera de jouer un rôle déterminant dans le changement de la structure démographique du Canada, et les pays d'origine de la majorité de ces nouveaux arrivants seront les mêmes qu'à l'heure actuelle c'est-à-dire les pays de l'Asie, du Moyen-Orient, de l'Afrique et des Caraïbes. En plus de ces prévisions toutefois, il faut tenir compte d'un autre facteur qui influe sur la croissance de la population d'origine non européenne, c'est-à-dire le taux de natalité. Certaines études ainsi que les données issues des Enquêtes sur les dépenses alimentaires des familles révèlent que les ménages d'immigrants comptent généralement un plus grand nombre de membres que les ménages dans l'ensemble de la population. La présence de ces familles plus grandes que la moyenne favorisera la stabilité ou l'élargissement de la clientèle qui demande des aliments ethniques de haute qualité. L'arrivée d'un nombre stable ou croissant d'immigrants et de familles immigrantes viendra aussi élargir la clientèle.

6.2.2 Voyages

Selon Statistique Canada, les destinations préférées des Canadiens en 1995 -- après les États-Unis et l'Europe – étaient l'Asie, les Caraïbes et le Mexique. Selon Clark (1997), les Canadiens voyagent de plus en plus souvent outremer. Entre

1986 et 1995, le nombre de voyages que les Canadiens effectuent outremer a augmenté de 55 % en général et de 75 % dans le cas de l'Asie, de Cuba et du Mexique. Il est notoire que l'exposition à de nouvelles pratiques alimentaires constitue souvent le premier pas vers l'adoption de ces pratiques, et les voyages dans les pays étrangers permettent souvent aux voyageurs de goûter à des aliments nouveaux. Les voyageurs qui font ainsi des essais et en apprécient les résultats veulent répéter l'expérience lorsqu'ils sont de retour au Canada et finissent par développer de nouveaux goûts et de nouvelles préférences.

6.2.3 Changement dans les goûts et les habitudes alimentaires

Les personnes qui voyagent à destination de pays étrangers sont peut-être les premières à vouloir diversifier leur alimentation, mais celles qui restent au pays sont de plus en plus intéressées à adopter des aliments étrangers. Est-ce parce qu'elles fréquentent ou ont fréquenté des gens dont les habitudes alimentaires sont différentes des leurs? Est-ce en raison des mariages mixtes et des habitudes culinaires mixtes auxquelles ceux-ci donnent lieu? Un nombre accru de Canadiens ont déclaré des origines ethniques multiples en 1996 par comparaison à 1991, un phénomène qui entraîne l'adoption, ou du moins le partage, d'habitudes alimentaires qu'un grand nombre de ménages ne connaissaient pas jusque-là. Est-ce en raison de la prolifération de restaurants ethniques invitants? Est-ce le changement d'attitude normal qui a favorisé une ouverture d'esprit accrue à des choses exotiques et étrangères, à des choses qui viennent d'une autre région du monde et qui ne ressemblent pas nécessairement à celles auxquelles nous sommes habitués? Est-ce une question de santé qui, plus que jamais, constitue une des principales préoccupations de la société et qui pousse un grand nombre de personnes à rechercher dans les aliments qu'elles consomment les valeurs nutritives qu'offrent certains aliments ethniques? Est-ce la participation accrue aux foires alimentaires, qui permettent au grand public de découvrir des mets étrangers et d'y goûter? Le développement d'Internet, qui facilite la prolifération et l'utilisation de recettes de mets « exotiques », contribue-t-il à ce phénomène? Ces phénomènes sont-ils tous uniquement des passades? On croit que tous ces facteurs jouent un rôle; l'important est de ne pas oublier que le marché des aliments ethniques continuera de croître et d'évoluer au cours des années à venir. Il ne fait aucun doute que des changements surviendront, et l'étiquette ethnique sera peut-être abandonnée au profit de termes tels « aliments internationaux », mais il est certain que ces tendances donneront un nouveau visage à l'industrie agroalimentaire.

6.2.4 Influence des États-Unis

À l'instar d'autres domaines, le secteur agroalimentaire subit l'influence des États-Unis en raison de leur proximité. Le marché des aliments ethniques connaît une croissance sans précédent au sud de la frontière. Sensibilisées à ce phénomène, les entreprises alimentaires ont commencé à attirer les divers groupes ethniques installés aux États-Unis, pour tenter de s'accaparer la plus grande part du marché. Selon la société d'experts-conseils Promar International (1998), le marché des aliments ethniques devrait croître d'environ 50 % aux États-Unis au cours de la décennie à venir. Déjà en 1997, la vente d'aliments ethniques représentait 7 % des ventes de l'industrie alimentaire, ou 49 milliards de dollars. On peut s'attendre à une tendance similaire au Canada. Promar International (1998) prévoit qu'au cours de la prochaine décennie, un dollar sur sept des nouvelles dépenses alimentaires engagées sera consacré aux aliments ethniques, et les producteurs qui négligent ce marché se placeront dans une situation défavorable sur le plan de la concurrence.

On a relevé une nouvelle tendance dans le secteur des aliments prêts à servir : les fabricants commencent à mélanger les saveurs de différents types de cuisine aux États-Unis afin de créer de nouveaux produits – d'où le terme mets fusion. Nos voisins du Sud ont créé un mélange de saveurs qui consiste à combiner les goûts et les techniques des cuisines de différents pays de sorte à produire des mets spéciaux. En fait, la cuisine fusion consiste à utiliser les ingrédients ou les techniques de plus d'un type de cuisine pour créer de nouveaux mets. Les événements tels que les guerres, la migration, le commerce et d'autres formes de brassage culturel donnent lieu à l'intégration d'éléments culinaires, en particulier dans les régions qui sont vulnérables à l'influence de la culture extérieure. Mentionnons à titre d'exemple les cuisines du Myanmar (Birmanie), de la Malaisie et des Philippines, qui montrent l'influence de la Chine, de l'Inde et de l'Asie du Sud-Est (Ohr, 2000). Aujourd'hui, les chefs cuisiniers favorisent l'expansion de la cuisine fusion au moyen des combinaisons exotiques qu'ils réalisent, dont certaines commencent à être disponibles dans les établissements de détail (Brant, 1999). En outre, les aliments ethniques ne constituent plus un phénomène qui se limite aux restaurants. Les goûts changent à l'échelle nationale en raison de la diversité démographique et de l'élargissement des connaissances que les gens possèdent quant aux produits et aux saveurs ethniques (Hormel Foods, 2001). La nourriture n'est plus uniquement considérée comme une chose que l'on consomme pour survivre; on l'apprécie désormais pour sa nouveauté et sa nature invitante, et les gens sont prêts à payer le prix qui accompagne ces caractéristiques (Ohr, 2000).

La cuisine fusion est déjà un phénomène répandu que l'on

retrouve chez tous les groupes ethniques visés par le présent rapport. Même les écoles de cuisine s'y intéressent, et elles offrent maintenant des cours sur la cuisine fusion pour enseigner à leurs étudiants la façon d'utiliser les méthodes de cuisson et les ingrédients provenant de l'Asie, des Caraïbes, de l'Amérique du Sud et centrale, du Japon et d'autres régions de sorte à satisfaire aux exigences des hôtels et des restaurants (Ohr, 2000).

Return to:

- Résumé
- 1. Introduction
- 2. Immigration au Canada
- 3. Origines ethniques des Canadiens
- 4. Profil de certains groupes ethniques
- 5. Dépenses alimentaires des groupes ethniques
- 7. Conclusion
- 8. Bibliographie

Mise à jour: 2001 10 15

Avis et avertissements importants

[English | Contactez-nous | Aide | Recherche | Site du Canada]
[AAC en direct | Liens | Salle de presse | Quoi de neuf | Index du site]

INCIDENCE DE L'IMMIGRATION SUR LE MARCHÉ DES ALIMENTS ETHNIQUES AU CANADA

7 Conclusion

Nous vivons dans un monde en pleine mutation; tout bouge et évolue à une vitesse sans précédent. Chaque aspect de notre existence est touché. De nombreux secteurs subissent de multiples effets. Les sources d'immigration au Canada ont changé énormément au cours des dernières années; cela a entre autres eu pour effet de modifier profondément la composition ethnique de notre pays. Comme nous l'avons vu dans le présent rapport toutefois, les habitudes alimentaires des gens ont aussi changé, et les aliments ethniques sont devenus populaires. Il ne faut pas considérer ce phénomène comme une passade mais plutôt comme l'évolution normale de la mondialisation de l'industrie alimentaire. La demande d'aliments ethniques est amorcée et s'accroît. Il ne reste plus qu'à la satisfaire -- d'où la nécessité pour les producteurs, les transformateurs et les distributeurs canadiens de se lancer dans l'exploitation de ce créneau. Le fait de le négliger avantagerait les concurrents étrangers, qui pourraient alors conquérir ce marché. En accordant une attention accrue à ce marché, les Canadiens pourront trouver des débouchés non seulement au Canada et aux États-Unis, mais aussi outremer.

Il est clair que les Canadiens commencent à exploiter ce secteur. En fait, certaines de leurs démarches sont exceptionnelles. Il existe un marché en expansion pour les aliments de style ethnique et l'industrie alimentaire doit s'adapter pour être en mesure de répondre aux nouvelles demandes du marché. Au fur et à mesure que le flux d'immigration se stabilisera ou augmentera, que la taille des familles d'immigrants se maintiendra à un niveau dépassant la moyenne canadienne, et que les revenus des ménages augmenteront, la demande de produits alimentaires nouveaux et différents favorisera l'augmentation des importations à court terme et une diversification de plus en plus marquée de la production alimentaire du Canada à long terme. Un certain nombre de

producteurs, de transformateurs et de distributeurs établis à l'échelle du pays tirent profit de ces débouchés depuis longtemps déjà, et les efforts de plusieurs d'entre eux sont aujourd'hui récompensés. Il reste toutefois beaucoup de travail à accomplir dans ce secteur et il faudra, au cours des années à venir, accorder une attention accrue au marché des aliments ethniques, pour le bien de l'industrie alimentaire du Canada.

Return to:

- Résumé
- 1. Introduction
- 2. Immigration au Canada
- 3. Origines ethniques des Canadiens
- 4. Profil de certains groupes ethniques
- 5. Dépenses alimentaires des groupes ethniques
- 6. Mondialisation du marché canadien des aliments ethniques
- 8. Bibliographie

Mise à jour: 2001 10 15

Avis et avertissements importants

[English | Contactez-nous | Aide | Recherche | Site du Canada]
[AAC en direct | Liens | Salle de presse | Quoi de neuf | Index du site]

INCIDENCE DE L'IMMIGRATION SUR LE MARCHÉ DES ALIMENTS ETHNIQUES CANADA

BIBLIOGRAPHIE

1. ALLENTUCK, A. « Kosher food broadens its appeal ». Food in Cana juillet/août 1989, p. 49. In Marritt R. et Sundue, B., Débouchés sur ce marchés ethniques au Canada : Incidence de l'immigration et de l'eth sur la demande de produits alimentaires au Canada, Ottawa, 1994, 9 pages. Agriculture et Agroalimentaire Canada.
2. BARER-STEIN, T. You Eat What You Are : A Study of Ethnic Food Traditions. McClelland & Stewart Limited, Toronto, 1991, 624 pages. Marritt et Sundue, Débouchés sur certains marchés ethniques au Ca 1994. Voir Allentuck 1989.
3. BRANT, L.A. « Ethnic flavors ride a heat wave », Prepared Foods, m 1999, p. 41-54.
4. CITOYENNETÉ ET IMMIGRATION CANADA. Faits et chiffres 1996 Aperçu de l'Immigration, 1996. Disponible : www.cic.gc.ca/francais/pub/faits96/index_f.html
5. CLARK, W. « Échanger des voyageurs ». Tendances sociales canadiennes, no 45, 1997, p. 2-7.
6. FOOT, D.K. et Daniel STOFFMAN, « Entre le boom et l'écho ». Boré 2000, Collection Info Presse.
7. GILLIES, P. Halal food products. Agriculture Development and Diversification Secretariat, Regina, 1990, 13 pages. In Marritt et Sunc Débouchés sur certains marchés ethniques au Canada, 1994. Voir Allentuck 1989.
8. HORMEL FOODS. Mediterranean foods are gaining favor : popular mediterranean products offer easy home preparation, 2001. Disponit www.hormel.com/Hormel/NEWS.NSF/LUDocument/D0054?OpenDo
9. MARRITT, R. et B. SUNDUE. Débouchés sur certains marchés ethni au Canada : Incidence de l'immigration et de l'ethnicitié sur la deman produits alimentaires au Canada. Agriculture et Agroalimentaire Can Ottawa, 1994, 99 pages. Disponible : www.agr.gc.ca/misb/ethnic/flitre
10. OHR, L.M. « A melting pot of flavors ». Prepared Foods, mars 2000. Disponible : www.preparedfoods.com/archives/2000/2000_03/0003fusion.htm
11. PACKARD, D. et M. MCWILLIAMS. « Cultural foods heritage of Midc Eastern immigrants ». Nutrition Today, mai/juin 1993, p. 6-12. In Mar

Sundue, Débouchés sur certains marchés ethniques au Canada, 19
Allentuck 1989.

12. PROMAR INTERNATIONAL. Riding the US Ethnic food tide: Strateg food manufacturers into the new millennium, novembre 1998. Dispor (version de démonstration)
13. ROSE, A. « A cut above ». Business magazine, mai 1997.
14. SABINI, J. Islam: a primer. Middle East Editorial Associates, Washin 1990.
15. STATISTIQUE CANADA, Série Le Pays, édition de 1996. No 93F0020XCB96004 au catalogue.
16. SATZEWICH, V. Deconstructing a nation : Immigration, multiculturali and racism in the '90s. Ferwood Publishing, Halifax, 1992. In Marritt Sundue, Débouchés sur certains marchés ethniques au Canada, 19 Allentuck 1989.

Documents consultés aux fins de la rédaction du présent document :

1. ANGERS, M. et C. LALANCETTE. Étude sur les comportements d'a alimentaires des communautés ethniques du Montréal Métropolitain. Direction de la commercialisation et des affaires juridiques de l'Union producteurs agricoles, mars 1993, 123 pages. In Marritt, R. et Sundu Débouchés sur certains marchés ethniques au Canada : Incidence d l'immigration et de l'ethnicité sur la demande de produits alimentaire Canada (document de travail), 1994, Ottawa, 99 pages. Agriculture e Agroalimentaire Canada.
2. ANONYME. « Guide to ethnic seasoning ». Prepared Foods, décemt 1999, p. 105-109.
3. ANONYME. « No quit to ethnic cuisine ». Prepared Foods, novembre p. 98.
4. ANONYME. « Say Olé to the Hispanic market ». Prepared Foods, m 1999, p. 33.
5. POTTER, G. « East meets West : Western Canadians' love affair wit Asian cuisine keeps heating up ». Grocer Today Magazine, décembr 1999, p. 29-34.
6. DWYER, S. « Delicious diversity », Prepared Food, juin 1998, p. 14-
7. FLANDRIN, J.-L. « Aliments et culture ». Le Courrier de l'environnem 31, août 1997.
8. GORMAN, L. « The gourmet retailer ». The world of specialty foods, Caraïbes, juillet 2000, p. 150-157.
9. HOCH, J. « Hot foods fuelled a surge in spice use, but now interest i turning to more exotic flavours ». Food processing magazine, septen 1998, p. 33-38.
10. ISABEL, V. « Immigrant entrepreneurs provide wellspring of jobs ». T Globe and Mail, 25 avril 1996.
11. MATHEWS, J. « Ethnic food market ». International market insight, 1
12. PEAT, MARWICK, STEVENSON ET KELLOGG. Canadian Specialty Products: Industry Structure, Markets and Marketing. Rédigé pour le compte du Conseil fédéral-provincial de développement des marché Ottawa, 1991, 119 pages.
13. RIAZ, M. « Examining the Halal market », Prepared Foods, octobre 1 81-85.

14. TREMPE, C. « Besoins et goûts changent, s'élargissent ». Le journal l'Alimentation, septembre 1999, 22-25.

Return to:

- Résumé
- 1. Introduction
- 2. Immigration au Canada
- 3. Origines ethniques des Canadiens
- 4. Profil de certains groupes ethniques
- 5. Dépenses alimentaires des groupes ethniques
- 6. Mondialisation du marché canadien des aliments ethniques
- 7. Conclusion

Mise à jour: 2001 10 15

Avis et avertissements i

[English | Contactez-nous | Aide | Recherche | Site du Canada]
[AAC en direct | Liens | Salle de presse | Quoi de neuf | Index du site]